

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ - TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Podnikatelský záměr - založení aerobik centra
Prospectus for Foundation of an Aerobics Centre

Student:

Veronika Skládaná

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Šárka Kvarčáková

Ostrava 2010

Zadání bakalářské práce

Student: **Veronika Skládaná**
Studijní program: B6208 Ekonomika a management.
Studijní obor: 6208R101 Sportovní management
Specializace: 01 Sportovní management
Téma: **Podnikatelský záměr - založení aerobik centra**
Prospectus for Foundation of an Aerobics Centre

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Teoretické vymezení pojmů
 3. Příprava podnikatelského záměru
 4. Vypracování podnikatelského záměru pro založení aerobik centra s nabídkou doplňkových služeb
 5. Shrnutí výsledků šetření, návrhy, připomínky
 6. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

FOTR, J.; SOUČEK, I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
GRUBLOVÁ, E. a kol. *Podniková ekonomika*. Ostrava: Repronis, 2004. 438 s. ISBN 80-86122-75-1.
JANEČKOVÁ, L.; VAŠTIKOVÁ, M. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 179 s. ISBN 80-7169-955-0.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Šárka Kvarčáková**

Datum zadání: 20.11.2009

Datum odevzdání: 07.05.2010


prof. PhDr. Jiří Bláha, CSc.
vedoucí katedry




prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Prohlášení

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně“.

„Přílohy č. 1, 2, 3, 4, 5, 9, mi dané k dispozici, jsem samostatně doplnila“

.....

Místo a datum

.....

Podpis

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí bakalářské práce Mgr. Šárce Kvarčákové za poskytnuté rady a odbornou pomoc.

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í (o s n o v a):

1. Úvod
2. Teoretické vymezení pojmů
3. Příprava podnikatelského záměru
4. Vypracování podnikatelského záměru pro založení aerobik centra s nabídkou doplňkových služeb
5. Shrnutí výsledků šetření, návrhy, připomínky
6. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Přílohy

Obsah bakalářské práce

1.	Úvod.....	4
2.	Teoretické vymezení pojmů.....	6
2.1	Postupné kroky k vytvoření podnikatelského záměru	6
2.2	Právní systém v České republice.....	8
2.3	Definice podnikání, právní formy podnikání	8
2.4	Společnost s ručením omezeným	9
2.4.1	Založení s. r. o.....	9
2.4.2	Získání živnostenského oprávnění.....	11
2.4.3	Návrh na zápis do obchodního rejstříku	13
2.4.4	Vznik společnosti s ručením omezeným	15
2.4.5	Fungování společnosti s ručením omezeným	15
3.	Příprava podnikatelského záměru, návrhová část.....	17
3.1	Stanovení vize, poslání podniku	17
3.2	Situační analýza	18
3.2.1	Makroprostředí.....	18
3.2.1.1	Demografické prostředí.....	18
3.2.1.2	Sociální a kulturní prostředí – způsob života	20
3.2.1.3	Politické prostředí.....	21
3.2.1.4	Legislativa vymezující podnikání v oboru provozování sportovních a wellness zařízení	26
3.2.1.5	Ekonomické okolí.....	27
3.2.1.6	Analýza oborového okolí	29
3.2.2	Mikroprostředí	31

3.2.2.1	Vnitropodnikový potenciál	31
3.2.2.2	Segmentace trhu	31
3.2.2.3	Cílový segment	33
3.2.2.4	Konkurence	33
3.3	Strategie podniku	35
3.3.1	Strategie financování	35
3.3.2	Marketingová strategie	36
3.3.2.1	Služby	38
3.3.2.2	Cena	40
3.3.2.3	Místo	40
3.3.2.4	Propagace	40
3.3.3	Personální strategie	42
3.3.3.1	Získávání zaměstnanců	42
3.3.3.2	Udržení si zaměstnanců	44
4.	Vypracování podnikatelského záměru pro založení aerobik centra s nabídkou doplňkových služeb	45
4.1	Fáze k uskutečnění k uskutečnění vize podniku, dílčí cíle	46
4.2	Marketingový mix	46
4.2.1	Služby	46
4.2.2	Ceny	47
4.2.3	Místo	47
4.2.4	Propagece	48
4.2.5	Pracovní síly a klíčové osobnosti	50
4.3	Ekonomická část podnikatelského záměru	51
5.	Shrnutí výsledků šetření, návrhy, připomínky	53

6. Závěr	54
Seznam použité literatury	55
Seznam příloh	62
Seznam grafů	63
Seznam tabulek	63
Seznam obrázků	63

1. Úvod

Tématem této práce je vytvoření podnikatelského záměru. S tímto dokumentem se setká každý začínající podnikatel, který chce žádat o úvěr či jinou finanční pomoc. Banky podle něj zhodnocují proveditelnost a předpokládanou schopnost potenciálního dlužníka splácet závazky. V případě dotací je opět posuzována proveditelnost, ale také smysl projektu, jeho soulad s cíli, pro které je určen dotační program.

Podnikatelský záměr je jediným zdrojem informací, který interpretuje úmysly podnikatele institucím, pro které je vypracován. Musí být tedy velice přesvědčivý a naprosto reálný. Má dokázat, že cíle podnikatele jsou realizovatelné, že podnikatel má povědomí o stavu na trhu a jeho kroky jsou promyšlené, že má nějakou strategii.

Tento dokument ovšem neslouží pouze pro tyto účely. Jeho vytvoření je důležité i pro samotného podnikatele. Je určitým ujasněním jeho plánů, konkretizací jeho myšlenky. Podnikatelský záměr se tedy často stává střetem velkolepých plánů s realitou. Po vytvoření záměru by měl podnikatel získat informace pro rozhodnutí, zda skutečně bude podnikat, případně jak minimalizuje rizika, která šetření odhalila.

V této práci tedy usiluji o získání co největšího počtu informací o podmínkách podnikání v oboru poskytování služeb sportovního zařízení, přesněji provozování aerobik centra s nabídkou služeb wellness salonu a zařízení pro děti ve věku do 15 let, o prostředí takového podniku, o systému podpory podnikání a významu podnikání v tomto oboru.

Pro podnikatelský záměr aerobik centra s nabídkou doplňkových služeb jsem se rozhodla hned z několika důvodů. Jedním z nich je rozvíjející se odvětví aerobiku, neustále se objevují nové styly a tento způsob cvičení je stále více oblíbeným.

Dalším důvodem je to, že pociťuji jako zákazník tržní mezeru v konkurenčním prostředí. Jsem na mateřské dovolené a zároveň studuji, pohybuji se tedy mezi těmito skupinami. Jako matka ročního syna musím říci, že je v Ostravě dost příležitostí ke cvičení aerobiku, ale žádná z nich není přizpůsobena právě skupině matek s dětmi. Málo který podnik nabízí hlídání dětí po dobu cvičení či využívání služeb wellness salonu. Jako student vysoké školy jsem zase postrádala dopolední cvičení. Jako účastníci kurzů pro matky s dětmi mi nevyhovují vysoké ceny, podmínky některých baby klubů a jejich malá přizpůsobivost matkám s větším počtem dětí.

To, jak by měl podnikatelský záměr vypadat, se můžeme dozvědět z mnoha zdrojů. Tyto zdroje se ale většinou neshodují úplně přesně. Může to být dáno právě tím, že podnikatelský záměr může být vyhotovován za různými účely. Výsledkem mého zkoumání bylo utvoření si vlastního postoje k této problematice a vytvoření podnikatelského záměru s takovou strukturou, která podle mého názoru obsahuje všechny potřebné informace k zhodnocení reálnosti.

Cílem práce je zhodnotit prostředí a možnosti začínajícího podnikatele a s povědomím o těchto faktorech vytvořit reálný podnikatelský záměr.

2. Teoretické vymezení pojmů

2.1 Postupné kroky k vytvoření podnikatelského záměru

Podnikatelská vize je stručným vyjádřením představy, kam se chce podnik ve své oblasti podnikání dlouhodobě dostat. Základními charakteristickými rysy vize podniku by měla být motivativnost, specifická a jedinečnost. Tuto vizi bychom měli mít na paměti při sestavování strategie, která je založena na situační analýze podniku. Situační analýzou rozumíme **analýzu makroekonomického okolí podniku**, tedy sociálního (hodnoty a postoje lidí, životní styl, věková struktura populace apod.), politického (podpora podnikání, politika v oblasti zdravého životního stylu), ekonomického (příjmy, výdaje domácností, podmínky úvěru, úrokové sazby), legislativního a oborového okolí, **mikroekonomického okolí**, čímž rozumíme především konkurenci a cílový trh a **vnitropodnikového potenciálu**, při jehož analýze je důležitá především SWOT analýza, neboli analýza silných a slabých stránek podniku [1].

Úkolem strategie je stanovit směr podnikání, od něhož se již příliš nebudu odchylovat. Cílem vytváření strategie je především nalezení a využití silných stránek, či tzv. klíčových způsobilostí, které jsou zdrojem konkurenční výhody na daném trhu. Tyto způsobilosti by měly být jedinečné, obtížně přenositelné či dosažitelné a musí být zdrojem přidané hodnoty, která se projevuje analýzou tzv. hodnotového řetězce. Dalším cílem je objevení a využití příležitostí, minimalizace slabých stránek a odvrácení hrozeb [1].

Strategie se poté dělí na dílčí strategie. Může to být například personální strategie, marketingová strategie, finanční strategie. Úkolem marketingové strategie je především vytvoření marketingového mixu. V oblasti služeb je užíván model rozšířeného marketingového mixu, který zahrnuje tyto faktory: produkt, cenu, místo, propagaci, službu zákazníkovi, lidské zdroje a procesy. V oblasti lidských zdrojů je zdůrazňována důležitost výběru zaměstnanců, jejich motivace a vzdělávání, službou zákazníkovi se rozumí především vytvoření strategie zohledňující vztahy se zákazníkem, vymezení vize podniku, cílem by měla být především spokojenost stávajícího zákazníka. Procesy se rozumí veškeré časové rozvrhy, postupy, během kterých je služba zákazníkovi poskytována [2].

Podle mého názoru tyto tři faktory úzce souvisí právě s personální politikou a personální strategií.

Po ujasnění těchto strategií můžeme vytvořit smysluplný podnikatelský záměr.

„Podnikatelský záměr je strategický materiál, neboli projekt, který komplexně reprezentuje firmu pomocí čísel a slov. Cílem podnikatelského záměru je analyzovat výchozí stav, ujasnit si základní postup dalšího rozvoje, ukázat, že vymezených cílů může být dosaženo, dokázat, že výsledky uspokojí předpokládané potřeby společnosti a přesvědčit akcionáře, potenciální investory, podílníky, či spoluvlastníky aj., jimž je podnikatelský záměr určen, že výsledky dané společnosti budou zajímavé i z jejich hlediska“ viz Grublová (2007, str.373).

Podnikatelský záměr má zpravidla tyto části:

1. Legislativně-právní náležitosti, tedy údaje o tom, kdo firmu založil, kdy vznikla, pokud již vznikla, právní forma, základní kapitál, ručení společníků, sídlo společnosti, IČ a DIČ, bylo-li přiděleno, předmět podnikání.
2. Cílové segmenty trhu.
3. Výrobky či služby – jejich portfolio, tedy analýza a popis jednotlivých výrobků či služeb, ochranné známky, rozvoj.
4. Cena.
5. Analýza místa podnikání.
6. Forma propagace, vstupu na trh.
7. Pracovní síly a klíčové osobnosti (počet a struktura pracovních sil, jejich kvalifikace a odměňování, potřeba spolupráce s externími organizacemi).
8. Ekonomika záměru – počáteční rozvaha, předpokládané vstupy, zdroje financování a jejich zajištění, předpokládané výdaje na první měsíc činnosti, předpokládaný tok hotovosti (cash flow), výčet stávajících úvěrů, předpokládaný výkaz zisků a ztrát (výsledovka), zhodnocení ekonomické efektivnosti záměru, analýza rizikových faktorů, propočet vybraných ukazatelů hospodaření (likvidita, rentabilita, produktivita apod.).

2.2 Právní systém v České republice

Po vstupu do Evropské unie 1. května 2004 se stal český právní systém podřízeným právnímu systému Společenství, tzv. „komunitárnímu právu“, které je tedy na území členských států přímo účinné (funguje jako vnitrostátní právo). Znamená to, že pokud dojde k rozporu mezi předpisem národního práva a práva Společenství, má přednost právo Společenství, aniž by byla porušena platnost vnitrostátního práva. Komunitární právo je obecně rozdělováno na primární a sekundární. Právo primární je vytvářeno členskými státy a jejich zástupci a je dáno zakládajícími smlouvami, úmluvami uzavřenými členskými zeměmi a právními akty (rozhodnutími) zástupců členských zemí přijímanými v Radě Evropské unie. Právo sekundární je určeno normami vytvářenými orgány Společenství. Podle důležitosti jsou to nařízení, která se stávají s okamžitou platností součástí národního právního řádu, směrnice, které za účelem harmonizace práva členských zemí stanovují, jak má vypadat vnitrostátní právní úprava v dané věci, rozhodnutí vztahující se na členské státy, firmy nebo jednotlivce, jimž jsou adresována a právně nezávazná doporučení a specifické dokumenty (Zelené knihy, Bílé knihy) [4], [5].

V pramenech práva České republiky je podle stupně právní síly na nejvyšší úrovni Ústava České republiky (Ústavní zákon č. 1/1993 Sb.) a Listina základních práv a svobod (Ústavní zákon č. 2/1993 Sb.), dále jsou to pak ostatní zákony a kodexy (zákoníky), tedy prameny práva, ve kterých jsou uspořádány normy určitého odvětví práva (trestní zákoník, občanský, obchodní, živnostenský). Na nejnižším stupni jsou potom tzv. předpisy podzákonné, které podrobně rozvádějí obsah zákonů. Sem patří vládní nařízení, vyhlášky ministerstev a ostatních ústředních orgánů státní správy a obecní vyhlášky. Za pramen práva nejsou považovány směrnice, které mají charakter norem, ale nejsou normami právními [4].

2.3 Definice podnikání, právní formy podnikání

Rozhodla jsem se založit podnik ve formě společnosti s ručením omezeným, dále s. r. o. Podnikatel může podnikat také jako osoba samostatně výdělečně činná (živnostník), nebo založit akciovou společnost, komanditní společnost či veřejnou obchodní společnost. Existuje také možnost založit občanské sdružení či družstvo.

Rozhodovací proces v mém případě probíhal pouze mezi společnostmi s ručením omezeným a podnikáním jako živnostník. Protože bych byla jako jediný zakladatel a pokud bych v budoucnu uvažovala o dalším společníkovi, byl by jeden, maximálně dva, nepřipadá v úvahu družstvo, které je společenstvím neuzavřeného počtu osob, ani akciová společnost,

kteřá sice může být založena jedním zakladatelem, ale ten musí být právnickou osobou. Veřejná obchodní společnost i komanditní společnost jsou zakládány minimálně dvěma členy. Samozřejmě mají tyto právní formy různá pro a proti, přesto tyto skutečnosti jsou stěžejní.

Společnost s ručením omezeným patří mezi obchodní společnosti. Obchodní společnost je právnická osoba založená za účelem podnikání. Tím je soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.

Podnikatelem podle zákona je osoba zapsaná v obchodním rejstříku, osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění, osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů a osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu [6].

Nyní popíši jednotlivé fáze vzniku společnosti s ručením omezeným, základy fungování společnosti, vysvětlím pojmy s těmito činnostmi související a pokusím se také uvést základní odlišnosti v těchto bodech od podnikání fyzické osoby.

2.4 Společnost s ručením omezeným

2.4.1 Založení s. r. o.

Společnost může být založena minimálně jedním společníkem, maximálně však 50 společníky. Při založení společnosti jedinými zakladatelem je jinak vyhotovovaná společenská smlouva nahrazena zakladatelskou listinou vyhotovenou ve formě notářského zápisu. Zakladatelská listina musí obsahovat stejné části jako společenská smlouva, tedy alespoň firmu a sídlo společnosti, určení společníků uvedením firmy nebo názvu a sídla právnické osoby nebo jména a bydliště fyzické osoby, předmět podnikání (činnosti), výši základního kapitálu a vkladu každého společníka včetně způsobu a lhůty splácení vkladu, jména a bydliště prvních jednatelů společnosti a způsob, jakým jednají jménem společnosti, jména a bydliště členů dozorčí rady, pokud se zřizuje a určení správce vkladu.

Obchodní firma je název, pod kterým je podnikatel zapsán do obchodního rejstříku a pod kterým je povinen činit právní úkony. U obchodních společností je to název, pod kterým jsou zapsány v obchodním rejstříku. Součástí je dodatek označující právní formu, v tomto případě "společnost s ručením omezeným", postačí však zkratka "spol. s r. o." nebo "s. r. o.". Firma nesmí být zaměnitelná s firmou jiného podnikatele a nesmí působit klamavě. Fyzická osoba podniká pod svým jménem, na rozdíl tedy od právnické osoby. Podnikání pod firmou

(obchodním názvem) je důležité z hlediska propagace, ale také budování obchodního jména, pověsti, historie firmy [6].

Jednatel je statutárním orgánem společnosti, tedy orgánem, který jedná jménem společnosti a má na starosti obchodní vedení společnosti, může být jeden nebo více, jsou jmenováni valnou hromadou z řad společníků nebo jiných fyzických osob. Je-li jednatelů více, je oprávněn jednat jménem společnosti každý z nich samostatně. Jejich povinností je zajistit řádné vedení předepsané evidence a účetnictví, vést seznam společníků a informovat společníky o záležitostech společnosti [6].

Dozorčí rada je dalším orgánem společnosti, který ovšem nemusí být zřízen.

Základní kapitál je peněžní vyjádření souhrnu vkladů všech společníků a vytváří se povinně při zakládání společnosti s ručením omezeným, a to ve výši 200 000. Vkladem společníka je souhrn peněžních prostředků nebo jiných penězi ocenitelných hodnot, které se určitá osoba zavazuje vložit do společnosti. Nepeněžitým vkladem může být pouze majetek, jehož hodnota je zjištělná a který může společnost hospodářsky využít ve vztahu k předmětu podnikání, jeho hodnota musí být uvedena ve společenské smlouvě, zakladatelské smlouvě nebo zakladatelské listině a je stanovena podle posudku zpracovaného znalcem nezávislým na společnosti, jmenovaným za tím účelem soudem. Minimální vklad společníka u s. r. o. je 20 000. Je-li společnost založena jedním zakladatelem, může být zapsána do obchodního rejstříku, jen když je v plné výši splacen základní kapitál. Na rozdíl od fyzické osoby může právnická osoba expandovat navýšením vkladů, přistoupením nových společníků [6].

Správcem vkladu nebo jejich části je před vznikem zakladatel pověřený tím ve společenské nebo zakladatelské smlouvě. Správou peněžitého vkladu může být též pověřena banka, i když není zakladatelem [6].

Zmíněna byla také valná hromada, která je nejvyšším orgánem společnosti. Tato valná hromada například schvaluje jednání učiněná jménem společnosti před jejím vznikem, řádné, mimořádné a konsolidované i mezitímní účetní závěrky, rozdělení zisku a úhrady ztrát, stanovy a jejich změny, rozhoduje o změně obsahu společenské smlouvy, nedochází-li k němu na základě jiných právních skutečností, o zvýšení či snížení základního kapitálu nebo připuštění nepeněžitého vkladu, o možnosti započtení peněžité pohledávky vůči společnosti proti pohledávce na splacení vkladu, jmenuje, odvolává a odměňuje jednatele a členy dozorčí rady, případně likvidátora atd. [6].

Začátek podnikání je u podnikání jako fyzická osoba v tomto ohledu poněkud administrativně jednodušší a rychlejší. Fyzická osoba se rozhodne, že bude podnikat, nemusí vytvářet žádný základní kapitál ani vyhotovovat zakladatelskou listinu [6].

2.4.2 Získání živnostenského oprávnění

Podnikatelský záměr, který je v této práci zpracován je vytvořen pro vznik společnosti s ručením omezeným v oboru provozování sportovního a rekreačního zařízení a zařízení pečujícího o děti. Pro tuto činnost je třeba po založení společnosti získat živnostenské oprávnění. Vymezení živností je určeno zákonem o živnostenském podnikání. Obsahové náplně jednotlivých živností potom Nařízením vlády č. 278/2008 Sb.

Všeobecnými podmínkami provozování živnosti fyzickými osobami, tedy podmínkami, které musí splnit každá osoba, která žádá o živnostenské podnikání, je dosažení věku 18 let, způsobilost k právním úkonům a bezúhonnost. Při provozování živnosti právnickou osobou musí všeobecné podmínky živnosti splnit její odpovědný zástupce [7].

Živnosti dělíme na ohlašovací, které se dále specifikují na řemeslné, vázané nebo volné a které při splnění stanovených podmínek smějí být provozovány na základě ohlášení (viz Příloha 1) a živnosti koncesované, které smějí být provozovány na základě koncese [7].

Mezi živnosti vázané patří také poskytování tělovýchovných a sportovních služeb, péče o dítě do tří let věku v denním režimu a poskytování masérských, rekondičních a regeneračních služeb [8].

Poskytováním tělovýchovných a sportovních služeb se rozumí výuka dovedností příslušného sportovního odvětví a s tím spojené organizování sportovní činnosti pro jednotlivce a skupiny, včetně půjčování sportovního nářadí, náčiní a technických sportovních prostředků. Vedení veřejných tělovýchovných a sportovních škol [8].

Péče o dítě do tří let věku v denním režimu je živnost, kterou se rozumí výchovná péče o svěřené děti do tří let věku v denním nebo v celotýdenním režimu zaměřená na rozvoj rozumových a řečových schopností, pohybových, pracovních, hudebních, výtvarných schopností a kulturně hygienických návyků přiměřených věku dítěte [8].

Další vázanou živností je Poskytování **masérských, rekondičních a regeneračních služeb**, čímž je myšleno poskytování sportovních, rekondičních a regeneračních masáží [8].

Ke všem těmto vázaným živnostem je nutná odborná způsobilost (viz Příloha 2). Požadavky na odbornou způsobilost jsou uvedeny v Příloze č. 2 k zákonu č. 455/1991 Sb. [7].

Protože tyto služby ovšem nebude podnikatel podnikající na základě tohoto záměru poskytovat osobně, ale pouze provozovat zařízení poskytující tyto služby, týkají se jej obory živností volných, a to přesně Provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a organizování sportovní činnosti a Poskytování služeb pro rodinu a domácnost [9].

Požadavky na odbornou způsobilost u zmíněných vázaných živností dané tímto zákonem mohou být ovšem pro podnikatele směřovatelnými např. při výběru zaměstnanců. A to už kvůli tomu, že podle zákona podnikatel odpovídá za to, že jeho zaměstnanci splňují způsobilost pro výkon povolání stanovenou zvláštními právními předpisy a znalost bezpečnostních předpisů a předpisů upravujících ochranu veřejného zdraví [7].

Obsahovou náplní živnosti je u **Provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a organizování sportovní činnosti** zabezpečování provozu tělovýchovných zařízení a zařízení sloužících k regeneraci a rekondici (například atletických a zimních stadionů, tělocvičen, plaveckých bazénů, koupališť, fit-center) a jejich pronajímání k bezprostřednímu použití spotřebiteli k provozování sportovní a tělovýchovné činnosti a k regeneraci a rekondici. Při provozování tělovýchovných zařízení a zařízení pro regeneraci a rekondici sem kromě výše uvedených činností patří i činnosti spojené s poradenstvím a metodikou nabízené služby, organizování a pořádání sportovních soutěží a činnosti sloužící podpoře a propagaci sportu [9].

Poskytování služeb pro rodinu a domácnost obsahuje kromě zajišťování chodu domácnosti (vaření, úklid, praní, žehlení, péče o zahradu a podobně), individuální péče o děti nad tři roky věku v rodinách, příležitostné krátkodobé hlídání dětí (včetně dětí do tří let věku) [9].

Mezi další živnosti volné, které bude tato společnost provozovat v rámci svého fungování, můžeme zařadit živnost **Velkoobchod a maloobchod**, která obsahuje činnosti spojené s nákupem a prodejem zboží za účelem přímému spotřebiteli a prodej tohoto zboží (maloobchod). Zajišťování drobných poradenských služeb ve vztahu k prodávanému sortimentu.

Dále pak živnost **Reklamní činnost, marketing, mediální zastoupení**, jehož součástí je zpracování a výroba návrhů reklamy, šíření reklamy různými způsoby, zejména umístěním na venkovních reklamních poutacích, šířením sdělovacími prostředky, Internetem, obstarávání míst pro inzerci a reklamu a podobně.

Jestliže-by společnost pronajímala nebytové prostory a zároveň by poskytovala jiné než základní služby zajišťující řádný provoz nemovitostí (např. úklid, praní prádla atd.), pak by se

jednalo také o živnost. Mohlo by jít o živnost **Realitní činnost** nebo Správa a údržba nemovitostí, která zahrnuje obstarávání služeb spojených se správou, údržbou a pronájmem nemovitostí prostřednictvím třetích osob za úplatu.

Další živností je **Specializovaný maloobchod a maloobchod se smíšeným zbožím**, který zahrnuje mimo jiné činnosti spojené s nákupem a prodejem užšího sortimentu zboží stejného nebo obdobného charakteru za účelem jeho dalšího prodeje přímému spotřebiteli a jeho prodej ve specializovaných prodejnách [9].

Pokud fyzická osoba nemá odbornou způsobilost pro výkon živnosti, musí tuto způsobilost získat, nebo podnikat prostřednictvím odpovědného zástupce. Odpovědný zástupce je fyzická osoba, která odpovídá za řádný provoz živnosti a za dodržování živnostenskoprávních předpisů a je k podnikateli ve smluvním vztahu a musí tedy splňovat všeobecné i zvláštní podmínky provozování živnosti [7].

Podnikatel, který provozuje živnost prostřednictvím odpovědného zástupce je povinen zajistit jeho účast při provozování živnosti v potřebném rozsahu. V s. r. o. stačí, když má odbornou způsobilost jeden ze společníků. V případě, že budu jediným zakladatelem společnosti, není tento rozdíl příliš významný [7].

2.4.3 Návrh na zápis do obchodního rejstříku

Do 90 dnů od založení společnosti nebo od doručení průkazu živnostenského či jiného podnikatelského oprávnění musí být podán návrh na zápis do obchodního rejstříku [6].

Obchodní rejstřík je veřejný seznam, do kterého jsou zapisovány zákonem stanovené údaje o podnikatelích, je každému přístupný, každý do něj tedy může nahlížet a pořizovat si z něj kopie či výpisy. Je veden k tomu zvláštním právním předpisem určeným soudem – rejstříkovým soudem, a to v elektronické podobě. Jeho součástí je Sbírka listin [6].

Zapisovanými údaji jsou firma, u právnických osob sídlo, předmět podnikání (činnosti), právní forma právnické osoby, jméno a bydliště nebo firma a sídlo osoby, která je statutárním orgánem právnické osoby nebo jeho členem, s uvedením způsobu, jak jménem právnické osoby jedná, a den vzniku a zániku její funkce; je-li statutárním orgánem nebo jeho členem právnická osoba, též jméno a bydliště osob, které jsou jejím statutárním orgánem nebo jeho členem, jméno a bydliště prokuristy, jakož i způsob, jakým jedná, u právnické osoby identifikační číslo, pokud jí bylo přiděleno, u společnosti s ručením omezeným bydliště nebo firma a sídlo jejich společníků, výše základního kapitálu, výše vkladu každého společníka do základního kapitálu a rozsah jeho splacení, výše podílu každého společníka, zástavní právo

k obchodnímu podílu, jméno a bydliště členů dozorčí rady, byla-li zřízena a den vzniku a zániku jejich funkce [6].

Návrh na zápis lze podat pouze na závazném formuláři stanoveném vyhláškou Ministerstvem spravedlnosti; Návrh na zápis společnosti do obchodního rejstříku podepisují všichni jednatelé. Podpisy jednatelů na návrhu musí být úředně ověřené a k návrhu musí být doloženy listiny dokládající skutečnosti, které mají být do obchodního rejstříku zapsány, tedy doklad, že některému ze společníků nejpozději dnem zápisu vznikne živnostenské či jiné oprávnění k činnosti, která má být jako předmět podnikání (činnosti) do obchodního rejstříku zapsána, doklad o právním důvodu užívání prostor, do je umístěno sídlo nebo místo podnikání (písemné prohlášení vlastníka nemovitosti, bytu nebo nebytového prostoru, kde jsou prostory umístěny, případně prohlášení osoby oprávněné nemovitostí, bytem nebo nebytovým prostorem jinak nakládat, že s umístěním souhlasí) a listiny, které se zakládají do sbírky listin. Dále pak doklad o splnění povinnosti splacení základního kapitálu, je-li společnost založena jedním zakladatelem. Tímto dokladem je prohlášení správce vkladu či potvrzení banky o splacení předepsaného vkladu. Vlastnické právo ke vkladům nebo jejich částem splaceným před vznikem společnosti, popřípadě jiná práva k těmto vkladům přecházejí na společnost dnem jejího vzniku. Vlastnické právo k nemovitosti nabývá společnost vkladem vlastnického práva do katastru nemovitostí na základě písemného prohlášení vkladatele s úředně ověřeným podpisem [6].

Dalším dokladem je posudek znalce nebo znalců o ocenění nepeněžitých vkladů [6].

Do sbírky listin se zakládají při založení společenská smlouva nebo zakladatelská listina nebo zakladatelská smlouva společnosti, stanovy společnosti s ručením omezeným, pokud mají být podle společenské smlouvy vydány, rozhodnutí o volbě nebo jmenování funkce osob, které jsou statutárním orgánem nebo jeho členem, posudek znalce nebo znalců na ocenění nepeněžitého vkladu při založení společnosti s ručením omezeným, doklad o souhlasu druhého manžela s použitím majetku ve společném jmění manželů k podnikání podle zvláštního právního předpisu. Do sbírky listin se dále ukládají podpisové vzory osob zapsaných jako osoby oprávněné jednat jménem právnické osoby [6].

Před vznikem společnosti ten, kdo jedná jménem společnosti je z tohoto jednání zavázán. Jestliže společníci, popřípadě příslušný orgán společnosti tato jednání schválí do tří měsíců od vzniku společnosti, platí, že z těchto jednání byla společnost zavázána od počátku a statutární orgán je povinen to bez zbytečného odkladu oznámit účastníkům těchto závazkových vztahů [6].

Pokud bychom chtěli podnikat jako fyzická osoba, žádný návrh na zápis do obchodního rejstříku podávat nemusíme, protože fyzické osoby se do tohoto seznamu zapisují dobrovolně nebo za podmínky, že výše jejich výnosů nebo příjmů snížených o daň z přidané hodnoty dosáhla nebo přesáhla za dvě po sobě bezprostředně následující účetní období v průměru částku sto dvacet milionů Kč, což u začínajícího podnikatele není možné. Tím je podnikání fyzické osoby osvobozeno od další administrativy a podnikatel může začít podnikat s nižší časovou ztrátou než v případě společnosti s ručením omezeným. Co se týká nákladů, u společnosti s ručením omezeným rostou s poplatky za notářské zápisy, ověření podpisů a kopií, zpoplatněn je i zápis do obchodního rejstříku [6].

2.4.4 Vznik společnosti s ručením omezeným

Společnost vzniká dnem, ke kterému byla zapsána do obchodního rejstříku [6].

Po vzniku společnosti je správce vkladu povinen splacené vklady předat i s plody a užitky bez zbytečného odkladu společnosti, ledaže jde o peněžité vklady, jež jsou uloženy na zvláštním účtu u banky zřízeném pro tuto společnost před jejím vznikem [6].

2.4.5 Fungování společnosti s ručením omezeným

Osoby, které činí jménem společnosti písemné úkony, je podepisují tak, že k firmě společnosti připojí svůj podpis [6].

Společnost odpovídá za porušení svých závazků celým svým majetkem [6].

Na rozdíl o fyzické osoby, která ručí celým svým majetkem, ručí společníci společně a nerozdílně za závazky společnosti do výše souhrnu nesplacených částí vkladů všech společníků podle stavu zápisu v obchodním rejstříku. Zápisem splacení všech vkladů do obchodního rejstříku ručení zaniká. Tím je podnikání ve formě s. r. o. spojeno s nižším rizikem [6].

Společnost musí vytvořit rezervní fond v době a ve výši určené ve společenské smlouvě. Není-li rezervní fond vytvořen již při vzniku společnosti, je společnost povinna vytvořit jej z čistého zisku vykázaného v řádné účetní závěrce za rok, v němž poprvé čistý zisk vytvoří, a to ve výši nejméně 10 % z čistého zisku, avšak ne více než 5 % z hodnoty základního kapitálu. Tento fond se ročně doplňuje o částku určenou ve společenské smlouvě nebo ve stanovách, nejméně však 5 % z čistého zisku, až do dosažení výše rezervního fondu určené ve společenské smlouvě nebo ve stanovách, nejméně však do výše 10 % základního kapitálu. Fyzická osoba tento fond nemusí vytvářet [6].

Rezervní fond do výše 10 % základního kapitálu lze použít pouze k úhradě ztráty společnosti [6].

Jednatelé svolávají alespoň 1 za rok valnou hromadu. Valná hromada, která schvaluje řádnou účetní závěrku, se musí konat nejpozději do šesti měsíců od posledního dne účetního období [6].

Společníci mohou přijímat rozhodnutí i mimo valnou hromadu. V takovém případě osoba, která je jinak oprávněna svolat valnou hromadu, předloží návrh usnesení společnosti společníkům k vyjádření s oznámením lhůty, ve které mají učinit písemné vyjádření. Konáním valných hromad, ale i v případě jejich nekonání rostou v porovnání s živnostenským podnikáním administrativní náklady. Navíc je nutné vést podvojný účetnictví [6].

Společnost s ručením omezeným může tedy začít podnikat od data zápisu do obchodního rejstříku. Podnikatel fyzická osoba může začít podnikat s datem ohlášení živnosti na živnostenském úřadě (u koncesovaných živností obdržáním koncesní listiny).

Při svém fungování platí fyzická osoba daň z příjmů, sociální a zdravotní pojištění (29,6 % a 13,5 %). Právnická osoba platí daň z příjmů právnických osob a srážkovou daň ze zisku rozděleného mezi společníky (15 %) [10].

Veškeré reference a renomé z podnikání však u fyzické osoby padají ukončením její pracovní činnosti. U právnické osoby mohou být předány. U fyzické osoby se nedá vytvářet hodnota podniku, která by byla převoditelná [11].

Plusem u právnické osoby je to, že působí důvěryhodněji, fyzická osoba může budit pochybnosti o zastupitelnosti a schopnosti plnění závazků v případě, že nastanou nějaké problémy [11].

Na rozdíl od fyzické osoby může právnická osoba řízení předat jednatelem nebo dalším společníkům [11].

3. Příprava podnikatelského záměru, návrhová část

3.1 Stanovení vize, poslání podniku

Posláním je pomoci zlepšit životní styl rodin. Umožnit ženám-matkám na mateřské dovolené dostatek správné pohybové aktivity i přes nedostatek času, který mají samy pro sebe, navrátit se do společenského života, odpočinout si, vést ke sportu své děti a trávit čas s nimi aktivně, ale také ženám-matkám již pracujícím, kterým umožní trochu relaxace. Posláním je také zpřístupnit a zatraktivnit pohybové aktivity studentům, aby si vytvořili správné návyky, vytvořit pozitivní postoj ke sportu, podílet se na prevenci obezity.

Vize podniku:

1. Kvalitní zázemí nejen pro každodenní činnost, ale také pro různé akce v oblasti aerobiku, akce pro cílové zákazníky (maminky s dětmi, studenty, případně další segmenty, na které se podnik rozhodne zaměřit), komfortní podmínky.
2. Kvalitní a inovované služby, rozšiřující se podnik s širokou nabídkou služeb v oblasti zdravého životního stylu, sportu a relaxace.
3. Kvalifikovaný personál.
4. Pozitivní image, public relations, důvěryhodný podnik, který vnímá potřeby svých zákazníků a realizuje změny také na základě těchto potřeb, usiluje především o spokojenost zákazníka.
5. Oblíbený a jeden z nejuznávanějších podniků ve svých cílových skupinách.
6. Efektivně hospodařící a prosperující podnik využívající efektivně všech svých možností, příležitostí, svého majetku a prostor k uspokojení zákazníků.

3.2 Situační analýza

3.2.1 Makroprostředí

3.2.1.1 Demografické prostředí

Údaje z roku 2008 [35]

Rozloha Ostravy podle údajů z roku 2008	331 km ² .
Počet žen	173 555.
Počet obyvatel byl podle údajů z roku 2008	336 735.
Hustota osídlení byla tedy	1017,33 obyvatel na km ² .

V celém Moravskoslezském kraji se narodilo v roce celkem 13 402 dětí. Nejvíce dětí se narodilo ženám od 25 do 29 let, druhý nejvyšší počet ženám od 30 do 34 let a třetí ženám od 35 do 39 let.

Průměrný věk matky v Moravskoslezském kraji byl při narození dítěte 29 let. U prvního dítěte 26, 8; u druhého dítěte 30, 1 a třetí dítě ženy porodí v průměrném věku 32, 5 let.

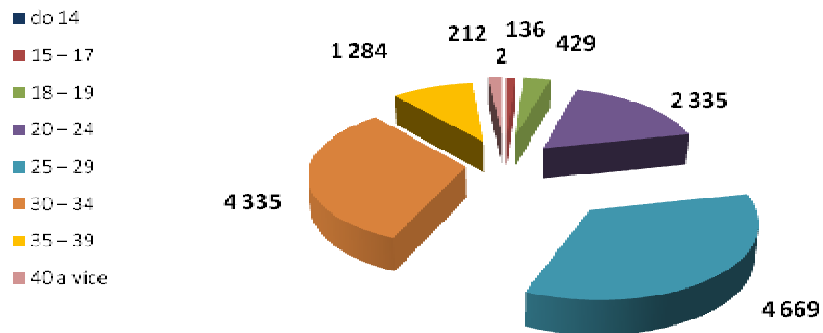
6 151 dětí se narodilo jako prvních v pořadí, ale vysoký počet dětí se narodilo matkám již jako druhé (5089), či třetí (1549). Tento vztah a věková struktura obyvatel jsou znázorněny v grafech 1, 2 a 3.

Údaje z roku 2007 [12]

Počet obyvatel v Ostravě v roce 2007	336 811.
Počet žen v Ostravě v roce 2007	173 936 žen.

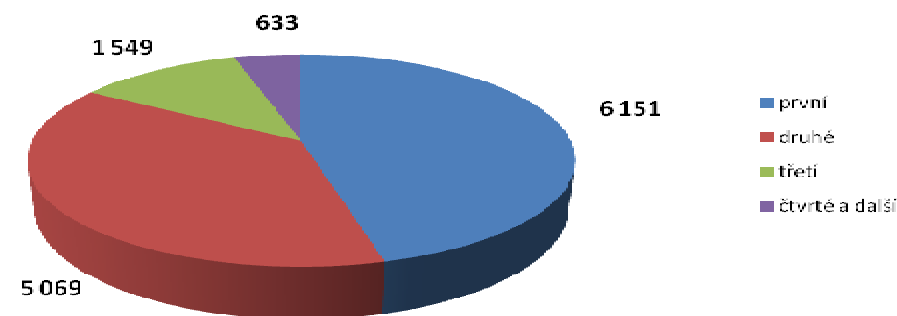
120 814 žen bylo ve věku 15-64 let. Děti do 15 let bylo 64 179. Bylo to tedy 0,53 dětí na 1 ženu. Když vezmeme v úvahu údaje z roku 2008 uvedené výše, ze kterých vyplývá, že množství dětí narozených v Moravskoslezském kraji ženám do 18 let, které byly také při výpočtu zařazeny do kategorie, je nepatrné, je jasné, že číslo 0, 53 je poměrně vysoké. Dá se tedy říci, že každá 2. žena v Ostravě měla v těchto letech dítě do 15 let.

Počet narozených dětí v Moravskoslezském kraji v roce 2008 podle věku matky

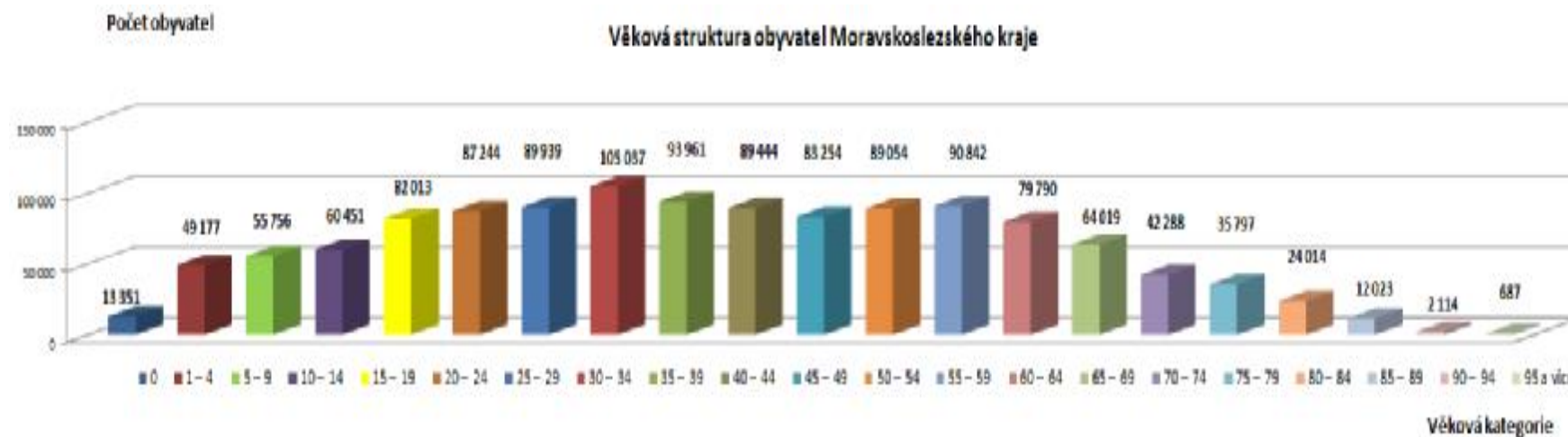


Graf 1 Počet narozených dětí v Moravskoslezském kraji v roce 2008 podle věku matky[12].

Počet narozených dětí ženám v Moravskoslezském kraji v roce 2008 podle pořadí narození



Graf 2 Počet narozených dětí ženám v Moravskoslezském kraji v roce 2008 podle [12].



Graf 3 Věková struktura obyvatel Moravskoslezského kraje v roce 2008 [12].

3.2.1.2 Sociální a kulturní prostředí – způsob života

Význam pohybové aktivity a samozřejmě také zdravé výživy je všeobecně známý, ale také velice podceňovaný. Svědčí o tom stále rostoucí množství civilizačních onemocnění, která jsou v současné době z velké části způsobena především hypokinezí, tedy nedostatkem pohybu [13], [14], [15].

Spousta pohybových aktivit, které byly v minulosti vykonávány člověkem, jsou nyní nahrazovány stroji. Dochází k automatizaci a robotizaci práce, místo chůze či běhu častěji využíváme rozvinuté dopravní infrastruktury. Místo osobní návštěvy dáváme přednost komunikaci přes internet a mobilní síť. Většinu školního, pracovního a také volného času tedy trávíme vsedě nebo vstoje. ¹Za to vše platíme daň v podobě stále více se vyskytujících poruch držení těla, onemocnění páteře a kloubů a problémů vyplývajících z nadměrného jednostranného zatěžování a udržování statických poloh. Máme výrazně omezenou aktivní svalovou práci a činnost dalších orgánů a systémů, bez nichž by pohyb nebyl možný, a které vlastně tvoří pohybový systém v nejširším slova smyslu (energetický metabolismus, transportní systém - oběhový a dýchací systém, metabolismus vody a minerálů aj.) [13], [14], [15].

Za civilizační onemocnění zmíněná výše jsou považována cévní onemocnění, srdeční infarkt, cévní mozkové příhody, vysoký krevní tlak, cukrovka, nádory, předčasné stárnutí, zánětlivá revmatická onemocnění kloubů, předčasné porody a potraty, některé vrozené vývojové vady nervového systému novorozenců, deprese, demence včetně Alzheimerovy choroby, chronický únavový syndrom a nemoc, které je v současnosti věnována značná pozornost – obezita [15].

Závažné je zjištění, že obezita roste nejen u dospělých, ale výrazně také u dětí. Velká část pohybových aktivit, které děti ve školním roce provozují, spadá právě do školních hodin tělesné výchovy. ² Toto však nevyhovuje současným nárokům. Světová zdravotnická

¹ Ve studii provedené v rámci mezinárodního výzkumu WHO „CINDI Monitor“ v roce 2002 na 2003 respondentech ve věku 25-65 let 33% respondentů udává, že tráví denně sezením 8 a více hodin. 31% používá pro cestu do práce auto nebo jim trvá cesta pěšky méně než 15 minut. Náročnější pohybové aktivitě se nevěnuje vůbec 38% mužů a 58% žen. Mírné pohybové aktivitě se vůbec nevěnuje 22% mužů a 28% žen.

² 33 % dětí má pohybu maximálně 2 hodiny za týden. Další třetina má množství pohybu průměrné (tedy 3 až 5 hodin týdně) a třetina dětí se pohybuje optimálně, tedy více než 5 hodin za týden. Toto zjištění vyplývá ze studie organizované Odbornou společností praktických lékařů pro děti a dorost, která probíhala po dobu jednoho roku

organizace doporučuje minimálně 30 minut uměřené tělesné aktivity denně pro dospělé a 60 minut denně pro děti [16]. Děti ke sportu by tedy měli být vedeny také rodiči, kteří jim samozřejmě půjdou příkladem. To ale, pravděpodobně kvůli současnému hodnotovému žebříčku lidí, ve kterém pohybové aktivity a zdravý životní styl nejsou na prvním místě, není uskutečňováno. Pro příklad: pro nedostatek volného času uvažuje 45 % těch, kteří v současnosti pracují o změně své pracovní situace, ale jenom 6 procent lidí je to ochotno udělat za cenu snížení příjmu [17]. Více než polovina rodin také považuje za ideální strávit víkend s dětmi aktivně, na výletech do přírody nebo na hrady a zámky, mezi nejčastější činnosti konané právě o víkendu patří ale sledování televize. Sedmou nejčastější víkendovou aktivitou je návštěva nákupního centra [18].

Z výše uvedeného vyplývá, že pohybové aktivity by měly být podporovány a význam pohybové aktivity pro život neustále zdůrazňován, aby byl posunut na vyšší pozici v žebříčku hodnot pro trávení volného času. Jak jinak toho tedy lze dosáhnout, než růstem počtu zvláště komerčních sportovních zařízení, která se budou v současném konkurenčním prostředí snažit o získání a trvalý zájem zákazníků o využívání jejich služeb prostřednictvím propagace a snahou o udržení si zákazníků skrze zkvalitnění služeb.

3.2.1.3 Politické prostředí

Evropská unie

Problematikou zdravé výživy a fyzické aktivity se zabývá mimo jiné Evropská unie. Ve svých knihách zdůrazňuje nutnost podpory všemi institucemi a začlenění této problematiky do všech politik na evropské i národní úrovni. Roku 2005 byla vydána zelená kniha „Prosazování zdravé stravy a fyzické aktivity: evropský rozměr prevence nadváhy, obezity a chronických chorob“.

Zelenou knihou nazýváme dokument, ve kterém jsou uspořádány názory ohledně určité problematiky, závěry, které byly vytvořeny zúčastněnými subjekty na základě různých studií a pracovních seminářů. Jsou zde shrnuty přístupy, které jsou pak předloženy veřejnosti a k dalšímu jednání. Na výše zmíněnou zelenou knihu navazují Bílé knihy „Společně pro

v ordinacích praktických dětských lékařů z celé České republiky. Do průzkumy bylo zařazeno celkem přes 4000 ve věku 5, 13 a 17 let.

zdraví: strategický přístup pro EU na období 2008–2013, „Bílá kniha o sportu“ a „Strategie pro Evropu týkající se zdravotních problémů souvisejících s výživou, nadváhou a obezitou“, ve kterých jsou podrobněji charakterizovány jednotlivé kroky, které je třeba uskutečnit pro dosažení cílů v této oblasti, obsahují konkrétní návrhy pro přijetí opatření [19].

Světová zdravotnická organizace

Mezi důležité organizace, které se angažují v oboru podpory zdravého životního stylu, patří samozřejmě světová zdravotnická organizace, pro kterou jsou hrozivá současná rostoucí čísla obezity. Světová zdravotnická organizace (WHO) vydala rozhodnutí o tom, že je třeba schválit „Globální strategii pro výživu, fyzickou aktivitu a zdraví (Global Strategy on Diet, Physical Activity and Health)“. Požaduje podporu a vytvoření dalších možností pro větší pohybovou aktivitu a zlepšení dostupnosti zdravého jídla pro všechny obyvatele Evropy. Žádá, aby se do boje proti obezitě zapojily všechny vládní resorty, ale i občanská sdružení, soukromý sektor a další [20].

Česká republika

Česká politika v této oblasti samozřejmě navazuje na Evropské iniciativy a Světovou zdravotnickou organizaci. V České republice byl schválen Dlouhodobý program zlepšování zdravotního stavu obyvatelstva ČR - Zdraví pro všechny v 21. století, který se opírá o stejnojmennou strategii programu Světové zdravotnické organizace. Jeho hlavními cíli je ochrana a rozvoj zdraví lidí po jejich celý život a snížení výskytu nemocí i úrazů. Realizací cílů programu by mělo být dosaženo snížení úmrtnosti na nemoci oběhové soustavy, na nádory, úrazy a snížení výskytu závažných nemocí a faktorů, které je ovlivňují. Prostředkem k tomuto je pokrok v prevenci příčin a rizik nemocí [21].

K naplňování cílů „Dlouhodobého programu zlepšování zdravotního stavu obyvatelstva České republiky – Zdraví pro všechny v 21. století“ mají přispívat projekty podpory z dotačního programu Národní program zdraví – Projekty podpory zdraví.

Jedním ze tří tématických okruhů tohoto programu je Ozdravení výživy a optimalizace pohybové aktivity. Vhodným prvkem k dosažení tohoto cíle je propojení hlavních zásad zdravé výživy s podporou pohybových aktivit, tak, aby byla zajištěna rovnováha mezi energetickým příjmem a výdejem jako jeden z předpokladů prevence vzniku nadváhy a obezity a dalších chronických neinfekčních onemocnění.

Dalším tematickým okruhem jsou komplexní programy, do kterých spadá současná intervence společných rizikových faktorů chování – výživa, pohybová aktivita, kouření, stres atd. Patří sem např. projekty škola podporující zdraví nebo zdravé město zastřešený Světovou zdravotnickou organizací a zaměřený na soustavné vytváření podmínek pro kvalitnější a zdravější život obyvatel měst. Funguje prostřednictvím kampaní pro veřejnost, jako jsou Dny zdraví, Den Země, Světový den bez tabáku, Národní dny bez úrazů, Evropský týden mobility, 30 dní pro neziskový sektor. Dalším takový projektem je projekt „Zdravý podnik“ orientovaný na změnu chování ke zdravému životnímu stylu a na regeneraci pracovní síly (ovlivňování životního stylu zaměstnanců podniku je nejčastěji zaměřeno na ozdravení výživy, podporu nekuřáctví, rozvoj psychofyzické kondice, omezení konzumace alkoholu a drog, optimalizaci psychosociálního klimatu a snižování stresu) [22].

Podpora podnikatelů v oblasti sportu Českou republikou a Evropskou unií

Podpora vzniku podnikatelských subjektů všeobecně je uskutečňována prostřednictvím dotací či finanční pomoci pro malé a střední podnikatele. Středním podnikatelem se rozumí podnik, který zaměstnává méně než 250 zaměstnanců a jeho majetek, či aktiva nepřesahují 43 milionů EUR nebo má obrát či příjmy nepřesahující 50 milionů EUR. Malým podnikatelem je potom subjekt, který má zaměstnanců méně než 50 a jeho aktiva (majetek), nebo obrát (příjmy) nepřesahují 10 milionů EUR a drobným podnikatelem se rozumí subjekt, který zaměstnává méně než 10 zaměstnanců a jeho aktiva (majetek) nebo obrát (příjmy nepřesahují 2 miliony EUR [40].

Malé a střední podniky vytvářejí 60 % evropského HDP [23] a v České republice se malé a střední podniky podílejí 61,52 % na zaměstnanosti a 35,17 % na tvorbě HDP[24], proto současná evropská a tedy i česká politika projevuje snahu o podporu tohoto podnikání. Finanční podpora může být poskytnuta z prostředků evropského rozpočtu, z rozpočtu státu, kraje, či obce.

Podpora ze strany státu

Pokud vycházíme z předpokladu, že hledáme formu podpory pro malého či středního podnikatele, který začíná působit v Ostravě na poli provozování zařízení poskytujícího především sportovní služby, naskytuje se nám několik, ale ne mnoho možností. A to přesto, že usnesení vlády České republiky ze dne 5. ledna 2000 č. 17 k Národnímu programu rozvoje sportu pro všechny ukládá ministrům pro místní rozvoj a průmyslu a obchodu v rámci

programů rozvoje malého a středního podnikání a programů podpory regionálního rozvoje podporovat od roku 2001 podnikatelskou činnost v oblasti tělovýchovy a sportu [25].

Často se v této oblasti setkáváme s pojmem „sport pro všechny“. Sportem pro všechny rozumíme zájmový, organizovaný nebo neorganizovaný sport a pohybové aktivity občanů rekreačního, soutěžního i nesoutěžního charakteru. Motivací a hodnotami jsou pohybové vyžití, zábava, sociální kontakt, udržení nebo zlepšení zdravotní i psychické kondice [26].

Státní podpora sportu pro všechny se uskutečňuje v rámci dotačních programů vyhlášených MŠMT. Vytvořené programy se ovšem většinou týkají veřejně prospěšných organizací, či tělovýchovných zařízení ve vlastnictví škol a školských zařízení, ústředních orgánů státní správy a orgánů samosprávy, či občanských sdružení, nikoliv podnikatelů.

Sport ovšem podporuje také ministerstvo zdravotnictví prostřednictvím programu: „Národní program zdraví – projekty podpory zdraví“, zmíněného výše. O tuto podporu mohou žádat také ostatní nestátní organizace, tj. právnické a fyzické osoby vyvíjející podnikatelskou činnost podle zákona č.455/1991 Sb., o živnostenském podnikání [22].

Organizace mohou požádat o nadační příspěvky na projekty z oblasti sportu také v rámci projektu podpory regionů nadace ČEZ [27].

Podpora ze strany EU

Pro financování z evropského rozpočtu jsou vytvořeny 2 strukturální fondy (Evropský fond pro regionální rozvoj a Evropský sociální fond) a Fond soudržnosti (Kohezní fond). Evropský sociální fond financuje především neinvestiční projekty.

Priority EU pro realizaci politiky hospodářské a sociální soudržnosti definuje dokument Strategické obecné zásady Společenství, členské státy svoje priority definují v Národním rozvojovém plánu [28].

Soulad těchto dokumentů představuje na území členského státu Národní strategický referenční rámec, ve kterém Česká republika připravila pro období 2007 – 2013 celkem 24 operačních programů, které se dále dělí na tematické, regionální, programy pro Prahu a programy spadající pod cíl Evropská územní spolupráce [28].

Dotace jsou přidělovány na základě veřejných výzev v programech. Jednou z podmínek poskytnutí finanční pomoci je zařazení podnikatelské činnosti (projektu) žadatele do odvětví

ekonomických činností podle klasifikace CZ-NACE, která jsou podporována. Podnikání ve sportovních činnostech je označováno CZ-NACE 93.1.

V souvislosti s naší problematikou se zaměřím na bližší specifikaci programů tematických a regionálních.

Regionální operační program Moravskoslezsko

Tento program je financován z Evropského fondu pro regionální rozvoj (ERDF). Obsahuje **5 prioritních os** rozdělujících operační program na logické celky, a to Regionální infrastruktura a dostupnost, Technická pomoc a zvláště důležité pro podnikatele ve sportovním odvětví Podpora prosperity regionu, Rozvoj měst a Rozvoj venkova. Tyto osy jsou dále konkretizovány prostřednictvím tzv. oblastí podpory, které vymezují, jaké typy projektů mohou být v rámci příslušné prioritní osy podpořeny.

Osa s názvem **Podpora prosperity regionu** zahrnuje mimo jiné modernizaci sportovišť, klubů pro zájmové vzdělávání, zajištění bezbariérovosti, instalace výtahů, výstavba či obnova vybavenosti v oblasti sportu, rekreace a lázeňství, infrastrukturu pro vodní aktivity atd. Rozvoj měst zahrnuje zkvalitnění a rozšíření kulturního, sportovního a volnočasového zázemí, výstavbu, obnovu, rekonstrukci a vybavení zařízení pro služby obyvatelstvu a podnikům apod.

Pro podnikatele, který by měl zájem podnikat na venkově, existuje osa **Rozvoj venkova**, která zahrnuje obnovu a rekonstrukci veřejných budov, prostranství, zeleně a místních atraktivit, služby pro rodiče s dětmi, rekonstrukce, a výstavba víceúčelových zařízení a ploch pro spolkové, sportovní, zájmové i kulturní aktivity. [29]

Z tematických operačních programů je určen pro začínající podnikatele zvláště operační program Podnikání a inovace. Okrajově se jej dotýkají také operační programy Lidské zdroje a zaměstnanost, Integrovaný operační program, Životní prostředí, Vzdělávání pro konkurenceschopnost. Dalšími programy je Doprava a Technická pomoc a Výzkum a vývoj pro inovace.

Operační program Podnikání a inovace 2007 — 2013 (OPPI)

Program je realizován ve snaze podpořit regiony s HDP nižším než 75% průměru EU. Tento program obsahuje 7 prioritních os. Mezi osami **Rozvoj firem, Efektivní energie, Inovace, Prostředí pro podnikání a inovace, Služby pro rozvoj podnikání a Technická pomoc**, je

zde pro začínajícího podnikatele důležitá osa **Vznik firem**, v rámci které lze získat finanční pomoc např. na pořízení a rekonstrukci dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku, hmotného majetku a pozemků, pořízení zásob, včetně drobného hmotného majetku a drobnější investičně zaměřené projekty.

OP Lidské zdroje a zaměstnanost financovaný z Evropského sociálního fondu (ESF) obsahuje 6 prioritních os rozdělujících operační program na logické celky. Mezi osami **Sociální integrace a rovné příležitosti, Veřejná správa a veřejné služby, Mezinárodní spolupráce a Technická pomoc** jsou to osy **Adaptabilita** zaměřená na profesní vzdělávání podporované zaměstnavateli, tvorbu vzdělávacích programů pro zaměstnance a **Aktivní politika na trhu práce**, jejíž součástí je podpora začínajících osob samostatně výdělečně činných [30].

3.2.1.4 Legislativa vymezující podnikání v oboru provozování sportovních a wellness zařízení

Protože norem v oblasti podnikání, provozování wellness, sportovního zařízení a zařízení pro děti je mnoho, zmíním zde pouze normy nejvyššího právního stupně, tedy kromě již zmíněných ústavních zákonů zákony a kodexy, o kterých je potřeba mít v rámci této činnosti přehled. Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), Zákon č. 40/ 1964 Sb., občanský zákoník, Zákon č. 183/2006 Sb., o územním plánování a stavebním řádu, Zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, Zákon č. 634/ 1992 Sb., o ochraně spotřebitele, Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce, Zákon č. 1/1992 o mzdě, odměně za pracovní pohotovost a o průměrném výdělku, Zákon č. 22/1997 Sb. o technických požadavcích na výrobky, Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, Zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník, Zákon č. 116/1990 Sb., zákon o nájmu a podnájmu nebytových prostor, Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů a další daňové zákony, Zákon č. 117/1995 Sb., o státní sociální podpoře, Zákon č. 592/1992 Sb., o pojistném na všeobecné zdravotní pojištění, Zákon č. 48/1997 Sb., o veřejném zdravotním pojištění, Zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví, Zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků, Zákon č. 115/2001 Sb. o podpoře sportu, Zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, Zákon č. 22/1997 Sb. o technických požadavcích na výrobky (vytvářejí se podle něj technické normy ČSN), Zákon č. 20/1966 Sb., o péči o zdraví lidu, zákona o nájmu a podnájmu nebytových prostor,.

Dále je samozřejmě třeba se řídit normami nižšího právního stupně a znát pokyny Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy (např. Metodická informace k zabezpečování

provozu a údržby ve sportovních zařízeních, na dětských hřištích a v tělocvičnách) a jiných ministerstev, pokud se týkají naší činnosti, pokyny hygieniků, technické normy ČSN atd.

3.2.1.5 Ekonomické okolí

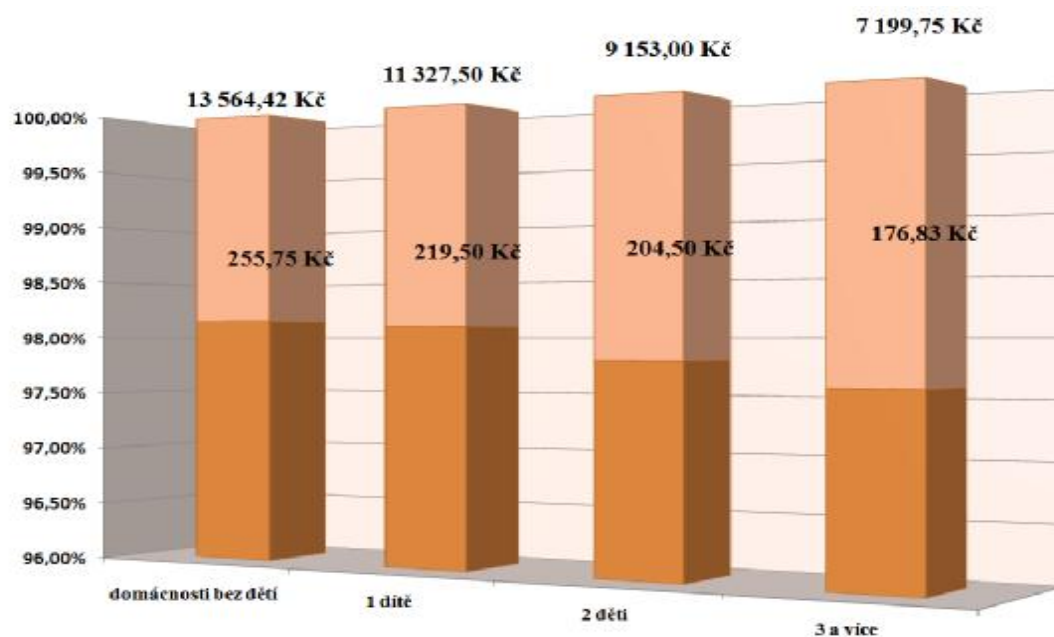
Z grafu 4 vyplývá, že největší množství výdajů na osobu za kulturní a rekreační služby vydávají rodiny bez dětí, ovšem v poměru k příjmu vydávají největší množství rodiny se třemi a více dětmi.

V grafu 5 je znázorněna závislost mezi postavením hlavy rodiny výdaji na kulturní a rekreační služby. Nejvíce peněz vydávají za tyto služby rodiny zaměstnanců s vyšším vzděláním, v poměru k příjmu však utrácejí nejvíce peněz za tyto služby rodiny osob samostatně výdělečně činných. Podrobnější informace o příjmech a výdajích uvádím v příloze 3 a 4. [31] [33].

Podle klasifikace statistického úřadu ovšem tyto údaje nezahrnují pouze rekreační a sportovní služby, ale také kulturní služby, herny a loterie. [33].

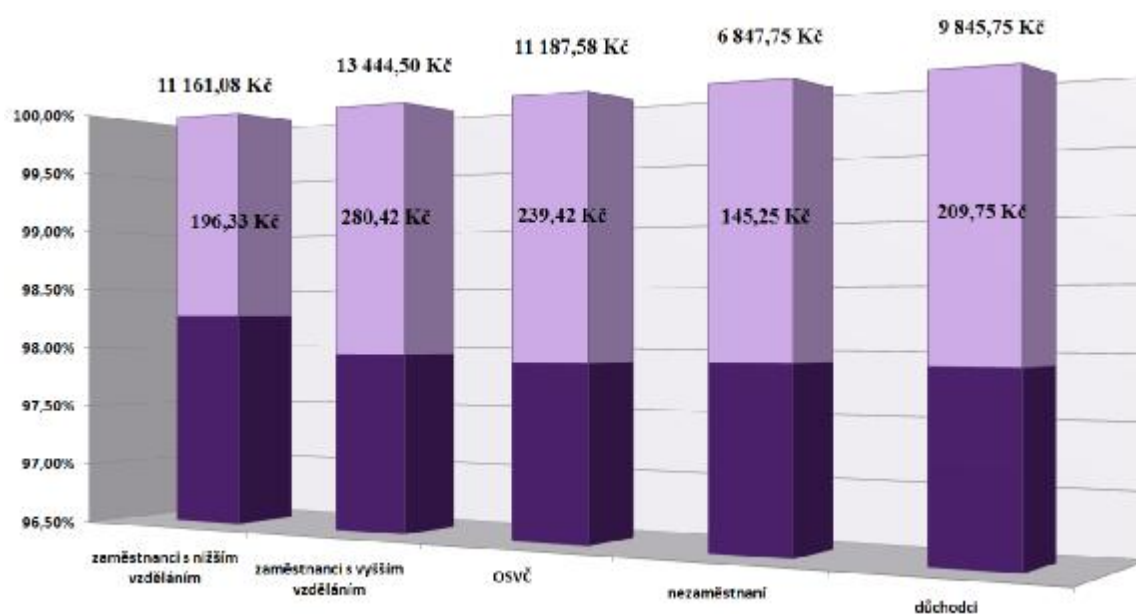
Úrokové sazby se v současnosti u úvěrů pohybují od 7 do 12 procent. Pro začínajícího podnikatele je jednodušší získat úvěr u Družstevních záložen. Sem patří například Družstevní záložna FIO, kde se úrokové sazby pohybují v rozmezí 7,8 - 11,15 %, u Moravského Peněžního Ústavu je to 11 - 12%, u WPB Capital okolo 9 % a u Peněžního domu 8,7 - 9,5%. Začínajícímu podnikateli nabízí poskytnutí úvěru Česká spořitelna s úrokovou sazbou 7%, minimálně půlroční fungování vyžaduje GE Money Bank s úrokovou sazbou 7,68% a roční fungování podnikatele Raiffeisebank se sazbou 6,7-8,55%. Bližší informace o úvěrech jsou uvedeny příloze 5 [34].

Výše výdajů za rekreační a kulturní služby na osobu za měsíc podle počtu dětí v domácnosti a jejich podíl na čistém příjmu



Graf 4 Výdaje rodin za rekreační a kulturní služby na osobu za měsíc podle počtu dětí v domácnosti [31]

Výše výdajů za rekreační a kulturní služby na osobu za měsíc podle postavení osoby v čele domácnosti a jejich podíl na výši čistého příjmu



Graf 5 Výdaje rodin za rekreační a kulturní služby na osobu za měsíc podle postavení osoby v čele domácnosti [33]

3.2.1.6 Analýza oborového okolí

Mezi hlavní negativní vlivy, které se podílejí na nedostatku pohybové aktivity, patří podle Koncepce státní podpory sportu v České republice nedostatečné materiálně technické zabezpečení, kapacity a stav sportovních zařízení a snižující se zájem o pravidelnou sportovní a pohybovou činnost [26].

Podle doporučených urbanistických ukazatelů by na jednoho občana mělo být k dispozici 17 m² sportovních a tělovýchovných ploch, včetně přilehlých zelených ploch a komunikací. Dílčí šetření v některých regionech zjistila plnění tohoto ukazatele pouze z 50 - 60% [25].

Také z tohoto důvodu vznikl Národní program rozvoje sportu pro všechny, jehož cílem je postupně změnit společenské i materiální podmínky ve prospěch celoživotního aktivního využívání účinných a bezpečných forem sportu nepoškozujících životní prostředí pro co největší počet občanů. K dosažení tohoto cíle je třeba řešit tři okruhy problémů, a to změnu hodnotové orientace občanů, rozvoj materiálně technické základny a rozšíření tělovýchovných a sportovních programů diferencovaných pro různé skupiny populace [25].

Aerobik je sport, který se stává čím dál tím více oblíbenější a to možná také z toho důvodu, že je jej možné provozovat individuálně a neorganizovaně, když má na cvičení člověk zrovna chuť a čas. Navíc je možné vybírat z široké škály stylů a to zvláště v Ostravě, kde je větší množství center, ve kterých se aerobik cvičí. Aerobik se v posledních letech dynamicky rozvíjí, do obliby se dostávají formy aerobiku vycházející z tanečních stylů (street dance, zumba, flirt dance, rnb dance, port de bras, jazz dance), ale také formy využívající různých pomůcek jako například bosu, viz obrázek 4, nebo t-bow, viz obrázek 2. V oblasti fitness je poměrně novinkou na české scéně koncept SmartFit, který zahrnuje právě program T-bow a také program K2HIKING Indoor Walking, viz obrázek 1, který se stává nástupcem spinningu, kdy skupinu lidí vede vyškolený instruktor K2HIKING Indoor Walking Programu za doprovodu motivující hudby. Cvičí se na speciálních přístrojích imitujících vysokohorskou turistiku. Dalším programem tohoto konceptu je potom SmartFit kruhový trénink, viz obrázek 3, provozovaný také za doprovodu hudby a přítomnosti instruktora [32].

.



Obrázek 1 Místnost pro lekci K2HIKING Indoor Walking [37]



Obrázek 2 Pomůcka T-bow [35]



Obrázek 4 Místnost pro lekci SmartFit kruhový trénink [38]



Obrázek 3 Pomůcka bosu [36]

Jak už jsem výše naznačila, konkurence v Ostravě je velká. Přestože ve Slezské Ostravě, kde bude mít náš podnik sídlo, není žádná, dopravní infrastruktura je tak rozvinutá, že není problém navštěvovat konkurenci z jiných částí Ostravy. O to více se musíme od ostatních center svou nabídkou odlišit a získat tak konkurenční výhodu.

3.2.2 Mikroprostředí

3.2.2.1 Vnitropodnikový potenciál

SWOT analýza – analýza silných a slabých stránek

Tabulka 1 SWOT analýza – analýza silných a slabých stránek

Silné stránky

Slabé stránky

Segmentace zákazníků, specifické programy pro cílové skupiny (hlídání dětí, dopolední cvičení...)	Nedostatek kvalifikované síly
Vlastní zázemí	Nedostatek zkušeností managementu
Management vzdělaný v oboru (Sportovní management)	Nedostatek vlastních finančních zdrojů
Právní forma s. r. o.	Začínající podnik
Nové, moderní prostředí přizpůsobené potřebám zákazníků (bezbariérový přístup, dětská herna...)	
Bytový výstavba v místě podnikání	Jednoduchý vstup konkurence na trh
Málo konkurentů v okolí	Neschopnost splácet
Stabilní porodnost	

Příležitosti

Hrozby

3.2.2.2 Segmentace trhu

Zákazníky našeho centra budou především ženy.

Ženy studentky

Mezi ženy-studentky řadíme studentky středoškolské a vysokoškolské. Oproti studentům středních škol mají studenti vysokých škol volnější studium, nechodí do školy každý den a výuka nemusí vždy probíhat v dopoledních hodinách. Mají tedy relativně více času. V Ostravě jsou vysoké školy tři, tedy je to značné množství studentů. Tito studenti si obvykle již vydělávají sami na brigádách. Přesto financí na sport není příliš a všeobecně jsou studenti považováni za sociálně slabší skupinu.

Matky na mateřské dovolené

Protože mateřská dovolená je maximálně na čtyři roky, matky s dětmi do čtyř let zůstávají do té doby doma, případně může dítě začít chodit do školky ve třech letech a matka jde do práce. Ženy na mateřské dovolené obvykle věnují celý den dítěti, dokud nepříjde otec z práce. Prakticky nemají příliš času na sebe, pokud se věnují nějaké pohybové aktivitě, tak volí kurzy pro matky s dětmi, nebo si musejí shánět hlídání. Věkové období do 6 let je v životě dítěte důležitým vývojovým obdobím a právě v tomto období záleží výběr kroužků a různých jiných aktivit především na maminkách. Existují různé kurzy plavání a cvičení, které rozvíjejí pohybové schopnosti, ale i kurzy zpívání zaměřující se v tak malém věku především na naučení vnímání rytmu. Jedním z nejdůležitějších faktorů je ale kontakt s vrstevníky, protože už v takhle útlém věku začíná socializace.

Pohybové aktivity pro matky s dětmi jsou ovšem většinou přizpůsobeny matkám s jedním dítětem, takže pokud má dítě ještě dalšího malého sourozence, tak jej musí někdo hlídat, což bývá často důvodem k tomu, že se matky již s druhým dítětem těmto aktivitám nevěnují. Jak bylo již uvedeno výše, dětí druhých v pořadí se v roce 2008 v Moravskoslezském kraji narodilo 5 089 a třetích 1 549 z celkových 13 402, což není zanedbatelný počet. [12]

Pracující matky s dětmi

Ve čtyřech letech už jsou děti většinou ve školce. Maminky si je zde vyzvedávají kolem druhé hodiny, do té doby často pracují. Od čtyř let už pro děti existují aktivity, které se obejdou bez rodičů, ale jejich výběr stále záleží především na nich. Od samostatných aktivit pro děti se poté odvíjí více času pro rodiče. U matek s dětmi od 6 let se téměř nic nemění, akorát místo školky děti začínají chodit do školy. Postupem času se stále více snižuje potřeba dítěte trávit volný čas s rodičem až děti v 15 chtějí trávit svůj volný čas spíše s vrstevníky. Rodič má na sebe čím dál tím více času, ale také už nemůže moc ovlivnit trávení volného času svých dětí. Pokud je předtím vedl k pohybovým aktivitám, teď už to pravděpodobně nebude jednoduché. Také pro to se naši nabídka budeme snažit přizpůsobit studentskému segmentu.

Firmy

Některé firmy zajišťují pro své pracovníky pohybové aktivity, či wellness aktivity, aby přispěli k jejich vitalitě, spojení a utužení kolektivu, či motivaci. Těchto firem je podle

mého průzkumu prostřednictvím dotazníku (viz Příloha 6) ale velice málo. Že mu tyto služby zaměstnavatel poskytuje, odpověděl pouze jeden respondent. Zato všichni uvedli, že by tuto službu určitě ocenili. Aerobik na rozdíl od wellness v tomto směru není zrovna univerzální aktivitou, přesto by mohl být zajímavý v podnicích, ve kterých mají převážné zastoupení ženy. Pro tyto firmy může náš podnik vytvořit ideální nabídku.

3.2.2.3 Cílový segment

Cílovými zákazníky budou především ženy s dětmi od narození do patnácti let a studenti a to také proto, že na běžné pracující ženy je orientována konkurence. Přestože aerobik není zrovna vhodnou formou pro aktivity pro firemní akce, budeme se snažit vytvořit nabídku také pro firmy. V budoucnu bychom se rádi zaměřili nejen na prevenci, ale také na zákazníky, kteří již mají problém s obezitou.

3.2.2.4 Konkurence

Ve Slezské Ostravě není žádné zařízení našeho typu. Možnost zacvičit si zde nabízejí především Tělovýchovné Jednoty. Jsou zde zařízení, která nabízejí wellness programy, ale žádné zařízení, které poskytuje až na 1 výjimku – Slender you, komplexní služby, tedy wellness s pohybovými aktivitami. Navíc většina těchto zařízení poskytuje například pouze masáže, nikoliv saunu nebo koupele. Takové komplexní služby nabízejí velká centra, jako plavecké bazény, ty ale nejsou příliš lákavé pro ty zákazníky, kteří upřednostňují menší, osobnější centra. A těch je podle mého průzkumu v oblasti wellness většina (viz Příloha 6).

Mezi nejvýznamnější konkurenty na komerční úrovni ve Slezské Ostravě a oblasti, která je ze Slezské Ostravy dobře dostupná, tedy v Moravské Ostravě a Přívoze a Mariánských Horách, patří především:

Aerobik

Moravská Ostrava	Aerobic studio
	Slender you
Ostrava - Mariánské Hory	Attack Fitness
Ostrava- Fifejdy	Twister fitness club

Wellness zařízení

Moravská Ostrava

Relaxační studio IRIS

Centrum Harmonie

Masérna na dlani

Euforie masáže

Masérna od hlavy k patě

Studio spirála

Salon story

Relax masérna

Pavla Gojná

Masáže Romana Farna

Masáže Paradise

Lenthai - thajské masáže, s. r. o.

Ing. Marcela Szlauerová

Ostrava - Mariánské Hory

Wellnessa

Mgr. Iva Kuzníková

Salon Relaxace

Slezská Ostrava

Masérna u řeky

Ostrava - Přívoz

Relax centrum Jana Rápová

Aktivity pro děti

Moravská Ostrava

Baby club Plaváček

3.3 Strategie podniku

Strategie podniku by se měla především vypořádat se slabými stránkami a vyhnout se hrozbám, či být na ně přinejmenším připraven a řídit se vizí podniku.

Tabulka 2 Opatření k minimalizaci hrozeb a odstranění slabých stránek

Slabé stránky, hrozby	Opatření
Nedostatek kvalifikované síly	Personální strategie (získávání, udržení zaměstnanců, rozvoj kvalifikace), Plány vzdělávání
Nedostatek zkušeností managementu	Plány vzdělávání, strategie rozvoje managementu
Nedostatek vlastních finančních zdrojů	Finanční plánování
Začínající podnik	Marketingová strategie, vytvoření image, získání důvěry dodavatelů, strategie vstupu na trh, obchodní strategie, strategie získávání a udržení si zákazníků
Jednoduchý vstup konkurence na trh	Zvyšování konkurenceschopnosti, inovace, snaha o spokojenost zákazníků
Neschopnost splácet	Efektivní využívání zdrojů

3.3.1 Strategie financování

Z důvodu nedostatku finančních zdrojů musí firma použít zdrojů cizích, tedy úvěr. Aby byla schopna tento úvěr splácet, musí využívat všech svých zdrojů. Důležité je vytvořit plány financování a průběžně kontrolovat jejich plnění, případně jim přizpůsobit provoz podniku.

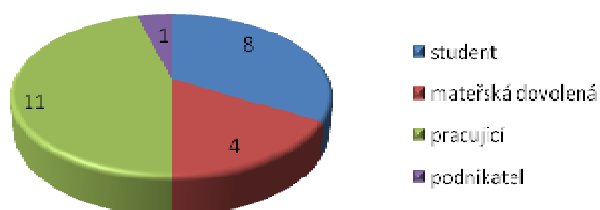
3.3.2 Marketingová strategie

Protože podnik teprve začíná, není známý, nemá vytvořenou klientelu. Aby ji získal, musí mít kvalitní marketingovou kampaň zaměřenou na cílové zákazníky, tato kampaň je musí oslovovat. Našimi cílovými zákazníky jsou tedy především maminky s dětmi nebo studenti.

Abych mohla vytvořit kvalitní marketingovou strategii, uskutečnila jsem marketingový průzkum (viz příloha 6). 22 respondentů odpovědělo na otevřené i uzavřené otázky.

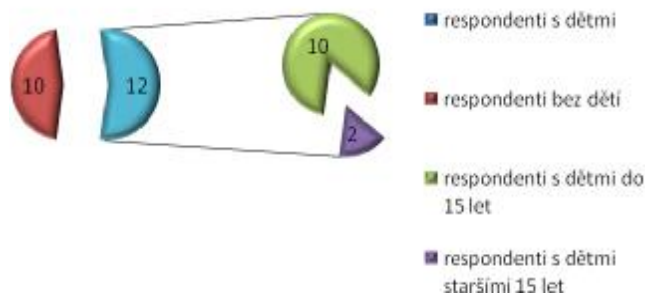
Úkolem dotazníku bylo zjistit návyky lidí a jejich potřeby v oblasti wellness a pohybových aktivit. Výsledky dotazníku jsou tyto:

Respondenti podle zapojení do pracovního procesu



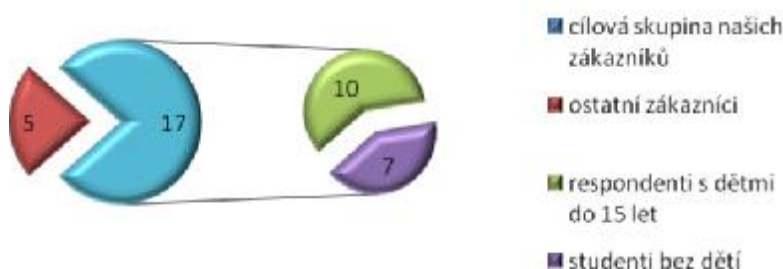
Graf 6 Rozdělení respondentů podle zapojení do pracovního procesu

Rozdělení respondentů podle rodičovství

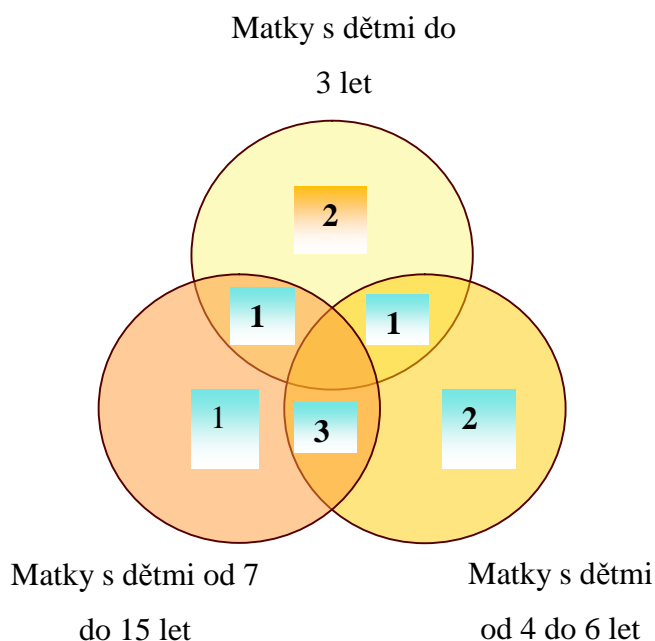


Graf 7 Rozdělení respondentů podle rodičovství

Rozdělení respondentů podle cílových skupin



Graf 8 Rozdělení zákazníků podle cílových segmentů



Obrázek 5 Rozdělení skupiny matek s dětmi podle věku jejich dětí

Respondentů s dětmi bylo tedy 12, z toho 1 respondent měl 3 děti, 6 respondentů 2 děti a 5 respondentů 1 dítě.

9 z 10 matek s dětmi ve věku do 15 let uvedlo, že s dětmi, případně děti samy navštěvují nějaké kurzy a kroužky.

Na rozdíl od sportovních center, kde byla volba mezi malým a velkým zařízením poměrně vyrovnaná, při volbě wellness až na 1 výjimku volili všichni malé, osobnější wellness zařízení.

Respondenti také měli označkovat v rozmezí od 1 do 6 faktory, podle kterých se rozhodují při výběru sportovního centra. Výsledkem odpovědí byly tyto průměrné známky:

Sportovní zařízení

1. Cena 2,364.
2. Vzdálenost 2,727.
3. Prostředí 2,955.
4. Personál 3,773.
5. Množství služeb 3,773.
6. Doporučení známých 4,38.

Wellness zařízení

1. Prostředí 1,76.
2. Cena 2,47.
3. Množství služeb 3,3.
4. Personál 3,5.
5. Doporučení známých 4,06.
6. Vzdálenost 4,5.

Všeobecně můžeme říci, že na zákazníka při výběru sportovního zařízení působí na prvním místě cena, dále místo (vzdálenost, prostředí), kvalita služby (personál, množství služeb), ale také propagace zde zastoupená doporučení známých. U wellness zařízení je cena také významná, v hodnocení na druhém místě, ale důležitější je prostředí. Na třetím místě je množství služeb, dále personál, doporučení známých a vzdálenost. Všemi těmito faktory se také zabývá marketing pod názvem „marketingový mix“. Na obrázku 6 jsou zobrazeny faktory působící na zákazníka při výběru sportovního zařízení, nebo také marketingový mix. Je zde popsán hodnotový řetězec služeb. Tento hodnotový řetězec nám může posloužit ke stanovení klíčových kompetencí neboli konkurenčních výhod naší služby.

3.3.2.1 Služby

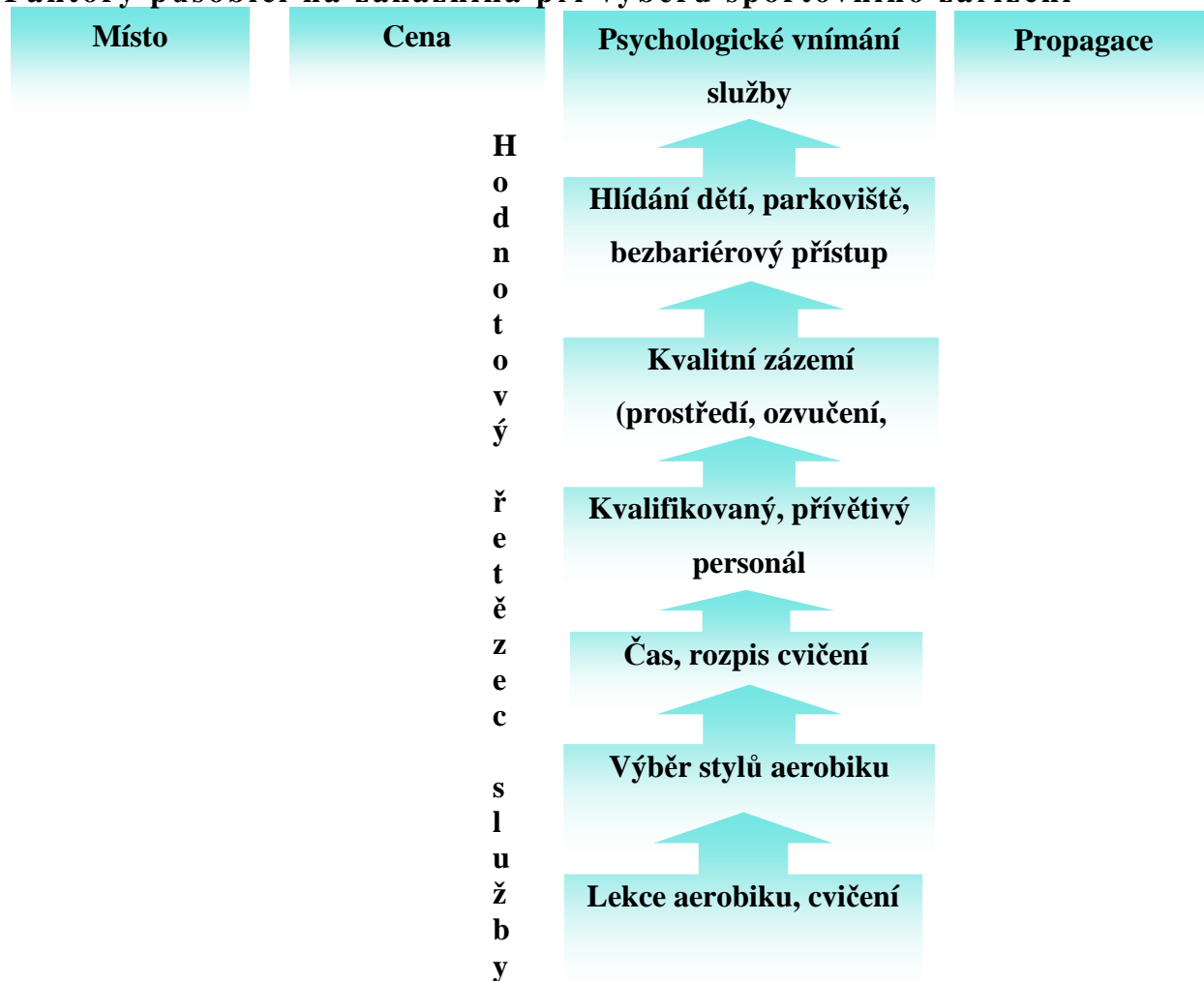
Naše služba se skládá z několika částí:

1. cvičení jako základní uspokojení potřeby, kvůli které zákazník přišel – podle dotazníku lidé cvičí kvůli dobré postavě, zdraví, kondici, relaxaci a zábavě.
2. rozšířená služba – určuje, jak bude potřeba uspokojena. Sem patří především kvalita – tzn, kvalifikovaný personál, kvalitní podlaha, hudba, možnost výběru služeb (možnost vybrat si optimální styl – body styling pro formování postavy, dance pro zábavu....), s tím souvisí i rozpis služeb – v kolik hodin je jaká lekce, jak je rozpis přizpůsoben cílovým zákazníkům atd.
3. služba rozšířená o doplňkové služby, které přímo nesouvisejí se službou základní – sem patří například hlídání dětí, prodej občerstvení, parkoviště, bezbariérový přístup.

Tyto tři části se podílejí na celkovém psychologickém vnímání tržby.

Naším cílem tedy je vytvořit takový hodnotový řetězec služby, aby poskytoval co nejvíce konkurenčních výhod pro cílové zákazníky. Musíme nabízet širokou škálu služeb tak, aby si mohl zákazník vybrat a nabízet je v pro něj optimálním čase, optimalizovat tedy rozpis cvičení. Dále je našim cílem vytvořit kvalitní prostředí, rozšiřovat a prohlubovat kvalifikaci personálu (tato problematika bude blíže rozebrána v kapitole personální strategie)i, snažit se poskytnout takové doplňkové služby, které přilákají cílové zákazníky a budou zvyšovat spokojenost zákazníků.

Faktory působící na zákazníka při výběru sportovního zařízení



Obrázek 6 Faktory působící na zákazníka při výběru sportovního zařízení (marketingový mix) a Hodnotový řetězec služby

3.3.2.2 Cena

Podle žebříčku hodnot při výběru sportovního centra byla na prvním místě cena. Je tedy pro respondenty velice důležitá. Jsme sice začínající podnik, ale přestože v místě našeho podnikání není v poskytování služeb v oblasti aerobiku vysoká konkurence, zvolíme jedny z nižších cen, ne ovšem ceny nižší než nabízí nejbližší konkurence a to nejen z důvodu, abychom byli schopni přežít, ale také z toho důvodu, že nechceme, aby naše služby působily nekvalitně. Podkladem pro stanovení cen budou tedy ceny konkurence.

Naším cílem je na začátku fungování přilákat velké množství zákazníků, ale hlavně získat zákazníky stálé, čehož hodláme dosáhnout nejen snahou o jejich spokojenost, ale také výrazným zvýhodněním při koupi permanentek. V oblasti wellness už je konkurentů více, proto zvolíme ceny na nižší úrovni.

Musíme mít také na paměti, že našimi cílovými zákazníky jsou lidé všeobecně vnímáni jako sociálně slabší. Samozřejmě nízké ceny a vysoká kvalita služeb musí být z něčeho financovány, proto využijeme maximálně své prostory k vedení většího množství lekcí. Tímto způsobem můžeme uspokojit více zákazníků.

3.3.2.3 Místo

Místo podnikání je potřeba stále zvelebovat a přizpůsobovat cílovým zákazníkům. Námi zvolené místo je v pěkném prostředí, má vlastní zahradu, na které v budoucnosti plánujeme vytvořit dětské hřiště a venkovní posezení pro plánovanou restauraci zdravého stravování, pro kterou jsou k dispozici prostory. Příležitostí je blízkost a dopravní dostupnost mateřských a základních škol v okolí s tím, že předpokládáme, že v blízkosti těchto zařízení také děti bydlí a jejich rodiny to do našeho centra mají tedy blízko, a také bytová výstavba ve vedlejší ulici. Dostupné jsou také vysoké školy, vzdálenost od centra města je 3 minuty autem. Místo má bezbariérový přístup a vlastní parkoviště.

3.3.2.4 Propagace

1. Reklama

Cílem reklamy je oslovit a získat převážně cílové skupiny zákazníků, tedy studenty a matky s dětmi. Každá ze skupin těchto zákazníků navštěvuje jiná místa, kupuje si různé věci a má různé zájmy. Cílem je pochopit tyto faktory a následně zaměřit propagaci tím směrem, ve kterém se střetne se zájmem zákazníka, osloví jej. Pro každý segment musíme využít reklamy k zviditelnění právě těch silných stránek či konkurenčních výhod, na které potenciální

zákazníci slyší a k tomuto zviditelnění musí dojít na správném místě. Podle dotazníku (viz Příloha 6) lidé, kteří si hledají sportovní centrum, využívají především internetu a doporučení známých. U zařízení pro děti získávají informace z doporučení známých, časopisu Program a letáků, případně různých akcí, či ve školách a školkách, v případě wellness zařízení je využíván především internet. Těchto zdrojů ovšem využívají lidé, kteří již mají v úmyslu tato zařízení použít. Pokud chceme ovlivnit osoby, které o tom zatím neuvažovaly, musíme naši službu propagovat na místě, kde se pohybují, v časopisech, které čtou atd.

Matky s dětmi

Reklamní bannery na internetových stránkách pro maminky.

Plakáty u lékaře pro děti a dorost v místě podnikání.

Letáky v prodejně hraček, dětského oblečení, či dětské výživy v místě podnikání.

Reklama v časopisech pro maminky.

Propagační materiály v Prenatal box a Family box – krabice s propagačními materiály a reklamními předměty, které dostávají maminky v porodnicích a těhotné ženy u gynekologa.

Studenti

Plakáty na nástěnkách na kolejích, školách.

Reklamy v prodejnách sportovního oblečení.

Bannery na studentských stránkách (www.primat.cz atd.).

2. Public relations

Pro to, aby nás navštěvovaly maminky s dětmi, případně nám je i svěřily na hlídání je potřeba vybudování důvěry. K tomu nám částečně pomůže pořádání kurzů pro maminky s dětmi, kde se maminky a děti s personálem postupně poznají. Image firmy budeme budovat také pořádáním různých akcí pro děti, pořádáním akcí v oblasti aerobiku. Cestou k získání sympatií a podpory veřejnosti je také plnění poslání podniku zkvalitňovat životní styl lidí. (V budoucnu výstavba restaurace zdravého stravování, veřejně přístupného dětského hřiště....).

3. Osobní prodej

Osobní prodej je složkou propagace, která závisí především na iniciativě, kvalifikaci zaměstnance, na jeho komunikaci se zákazníkem, našim cílem je tedy zaměstnance motivovat k většímu výkonu, podílet se na prohlubování jejich kvalifikace a komunikačních dovedností.

4. Přímý marketing

Realizujeme především rozesíláním informací o plánovaných akcích na emailové adresy klientům s permanentkami – stálým zákazníkům.

5. Podpora prodeje

Slevové poukázky na nákup permanentky rozdávané při sportovních akcích.

Bonusy stálým zákazníkům.

Množstevní slevy.

Kvalitně vytvořené internetové stránky, které zákazníka zaujmou a motivují k návštěvě.

3.3.3 Personální strategie

Jednou z otázek při vytváření personální strategie je, kde budeme získávat potřebné zaměstnance.

3.3.3.1 Získávání zaměstnanců

Instruktoři aerobiku

Kurzy instruktorů aerobiku – po dohodě s managery škol pořádajících tyto kurzy bych se jako cvičící zúčastnila poslední lekce, na které má budoucí instruktor předvést část hodiny, vyhlédla bych si instruktory, kteří mně zaujali. Poté jim nabídnu práci.

Aerobik akce - cílem je získat samozřejmě alespoň na částečný úvazek či dohodu o provedení práce přední ostravské instruktory aerobiku.

Recepční

Mezi studenty zdravotnických, fyzioterapeutických, tělovýchovných, či sportovních oborů vysokých a vyšších odborných škol. Studenti vysokých škol mají volno i dopoledne. Při studiu těchto oborů je samozřejmostí určitý pozitivní postoj k péči o zdraví člověka a

pohybovým aktivitám, což zajistí přesvědčení zaměstnanců, které je jedním z prostředníků motivace.

Instruktoři plavání kojenců

Mezi absolventy kurzů plavání kojenců, případně mezi studenty či absolventy zdravotnických, fyzioterapeutických, tělovýchovných, či sportovních oborů vysokých a vyšších odborných škol, kterým jsem ochotna tento kurz financovat, stejně jako další vzdělávání.

Instruktoři cvičení rodičů s dětmi, cvičení pro těhotné, cvičení po porodu

Mezi mezi studenty či absolventy zdravotnických, fyzioterapeutických a tělovýchovných oborů vysokých a vyšších odborných škol, kterým jsem ochotna financovat další vzdělávání

Instruktoři SmartFit

Mezi mezi studenty či absolventy zdravotnických, fyzioterapeutických, tělovýchovných, či sportovních oborů vysokých a vyšších odborných škol, kterým jsem ochotna tento kurz financovat, stejně jako další vzdělávání, absolventy kurzů instruktorů aerobiku, či instruktorů v posilovně. Tyto instruktory nám vyškolí firma 4health, která nám bude toto zařízení stavět.

Maséři

Mezi mezi studenty či absolventy zdravotnických, fyzioterapeutických, tělovýchovných, či sportovních oborů vysokých a vyšších odborných škol, kterým jsem ochotna financovat masérské kurzy.

Pro nás zajímavými obory, mezi jejichž studenty bychom mohli v Ostravě hledat zaměstnance či brigádníky patří:

Program porodní asistence – Fakulta zdravotnických studií, Ostravská univerzita

Tělesná výchova a sport, Rekreatologie, Vychovatelství – Fakulta pedagogiky, Ostravská univerzita

Diplomovaný nutriční terapeut a Diplomovaná všeobecná sestra – Vyšší odborná škola zdravotnická

Co nabízíme:

1. Možnost využívání všech, i v budoucnu rozšířených služeb centra (masáže, restaurace, aerobik, posilovna) zdarma.
2. Financování dalšího vzdělávání v oboru služeb, na které je zaměstnanec zaměřen, samozřejmě pod podmínkou, že svých znalostí bude využívat ve službách poskytovaných klientům.
3. Možnost hlídání dětí v době cvičebních lekcí bude určitě zajímavá pro instruktory s dětmi, či ty, kteří děti plánují.
4. Při rozšiřování služeb a prostor centra možnost kariérového postupu.
5. Možnost zaměstnání na plný nebo částečný úvazek.

3.3.3.2 Udržení si zaměstnanců

Protože poměrně velká částka peněz je vyčleněna na vzdělávání, je důležité zaměstnance nejen motivovat k růstu, ale hlavně si je udržet. Jejich odchod by byl pro firmu velkou ztrátou. Je třeba tedy vytvořit příznivou atmosféru, ponechat zaměstnancům určitou iniciativu, aby se realizovali, je třeba nabídnout jim nějakou budoucnost, vytvořit mezi zaměstnanci vztahy například formou team buildingu. Je potřeba také udržovat vzájemnou komunikaci, pořádat porady, motivovat zaměstnance.

Musíme vytvořit na procovitě přátelské prostředí, ale zároveň si udržet respekt, což je náročnou věcí i pro kvalitní management, natož pro nezkušený. Důležité je tedy vytvořit vzdělávací plán také pro management, který se musí stále vyvíjet.

4. Vypracování podnikatelského záměru pro založení aerobik centra s nabídkou doplňkových služeb

Podnik: Aerobik Rarášek, s. r. o.

Zakladatel: Veronika Skládáná

Hlavní třída 840

Ostrava-Poruba

708 00

Jednatel: Veronika Skládáná

Hlavní třída 840

Ostrava-Poruba

70800

Základní kapitál: 200 000 Kč

Sídlo : Ostrava-Heřmanice , Vrbická 183

Předmět podnikání: Provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a organizování sportovní činnosti, zabezpečování provozu tělovýchovných zařízení a zařízení sloužících k regeneraci a rekondici a jejich pronajímání k bezprostřednímu použití spotřebiteli k provozování sportovní a tělovýchovné činnosti a k regeneraci a rekondici

Poskytování služeb pro rodinu a domácnost

Velkoobchod a maloobchod

Reklamní činnost, marketing, mediální zastoupení

Specializovaný maloobchod a maloobchod se smíšeným zbožím

Realitní činnost

Datum založení společnosti: 1. května 2013

4.1 Fáze k uskutečnění k uskutečnění vize podniku, dílčí cíle

1. V horizontu 1 roku vytvoření aerobik centra provozující tyto činnosti:

- a) poskytování kvalitních lekcí aerobiku různých forem, pořádání sportovních akcí,
- b) hlídání dětí v době cvičení,
- c) poskytování služby SmartFit,
- d) poskytování wellness služeb,
- e) poskytování služeb pro matky a děti – herna, plavání kojenců, cvičení rodičů s dětmi, kroužky.

2. V horizontu 2 let rozšíření živnostenského oprávnění o obor Poskytování služeb osobního charakteru a pro osobní hygienu zahrnuje poskytování služeb souvisejících s péčí o vzhled osob, zejména provozování solných jeskyní, veřejných lázní, umýváren, WC, veřejných prádelen a podobně, a následná výstavba solné jeskyně a systému pro program K2HIKING Indoor Walking,

3. V horizontu 4 let výstavba restaurace zdravého stravování (v provedeném průzkumu všichni respondenti odpověděli, že by tento typ restaurace ocenili).

4. V horizontu 5 let zaměření na další tržní segment – zákazníky trpící obezitou – poskytování služeb dietologa, diagnostiku, vytvoření programu pro obezní, poskytování služeb osobního trenéra a výstavba posilovny.

4.2 Marketingový mix

4.2.1 Služby

Aerobik	Dance aerobik, Jazz dance, Flirt dnace, Zumba, Mtv dance, Street dance, Interval aerobik, Aerobik mix, Body styling, Aqua aerobik, Aqua combat, Kick box aerobik, Tae-bo, Fitbox, Bosu, T-bow, Step aerobik, Fitball, Fitnessbox.
Další formy cvičení	Power yoga, Creative yoga, Port de Bras, cvičení pro těhotné, cvičení po porodu, SmartFit.
Plavání kojenců	Od 3 do 6 měsíců – vaničky. Od 6 měsíců do 3 let – bazén.

Cvičením rodičů s dětmi	Děti do 3 let. Děti od 3 let.
Herna	Děti do 3 let. Děti od 3 let.
Hlídání dětí	
Sauna + vířivka	
Koupele	bylinná koupel, rašelina, čokoládová koupel
Zábaly	bahno z mrtvého moře, rašelina, senný zábal
Masáže	klasická, lávové kameny, lymfatická masáž, čokoládová masáž, medová masáž, thajská, aromamasáž, baňkování
Badminton	
Další výdělečné činnosti	prodej sportovního oblečení a obuvi pronájem prostor prodej drobného občerstvení
Služby našich partnerů	sebeobrana, tai-chi, pilates – ABU Ostrava, sebeobrana – ABU Junior Ostrava břišní tance, Taneční kurzy pro děti od 6 do 15 let – taneční škola Pasion hudební školička Yamaha pro děti do 1,5 a od 1,5 roku Baby English pro děti od 2 let

Plánovaný rozpis služeb, viz Příloha 7.

4.2.2 Ceny

Ceník služeb, viz Příloha 8.

4.2.3 Místo

Námi zvolené místo podnikání je v Ostravě -Heřmanicích. Je to místo dostupné MHD z centra Ostravy, kde jsou vysoké školy. V Moravské a Slezské Ostravě je nejvíce obyvatel a ve

Slezské Ostravě přesto nesídlí žádná významná konkurence, většina lidí tedy musí dojíždět. Navíc v blízkosti našeho sídla právě probíhá bytová výstavba, což znamená obyvatele, kteří si budou hledat nové místo na cvičení. Místo je dostupné autem z centra za 5 minut. V blízkosti je ZOO, které je také navštěvované matkami s dětmi, což by mohlo být také výhodou například právě pro v budoucnu otevíranou restauraci s dětským koutkem.

Užitná plocha, kterou vlastníme pro podnikání, měří 2 860 m², plocha zastavěná 689 m², plocha zahrady je 1 271 m². Budova a je dvou podlažní a částečně podsklepená. Ve sklepních prostorách zamýšlíme vybudovat wellness salon a bazén, v přízemí dětské herny a v budoucnu solnou jeskyni a restauraci a v patře 2 aerobik sály a sál pro SmartFit, který v budoucnu hodláme rozšířit o posilovnu.

V blízkosti je několik mateřských škol, základní škola a vysoké školy. Autobus 22 má zastávky u vysoké školy, u mateřských škol a jede přímo před naše centrum, spojení trvá 2 minuty. Dalším spojením je autobus 22 a trolejbusy 101 a 104. Autem je to od centra 3 minuty. Nejbližší jsou školy na ulicích Chrustova (kapacita 90 dětí), Jaklovecká (kapacita 129 dětí), Bohumínská (kapacita 100 dětí), Požární (kapacita 50 dětí), další dvě mateřské školy jsou v sousedním Rychvaldě (každá s kapacitou 203 dětí). Tady sice není spojení MHD, ale meziměstskou dopravou to trvá 8 minut. Pro lidi, kteří mají své auto, to není tedy problém. MHD zajišťuje také spojení mezi VŠ podnikání, VŠB – TU Ostrava. Mapu s umístěním školek a našeho centra, viz příloha 9.

4.2.4 Propagece

Sponzoři

Adidas – naši zákazníci mají slevu na zboží Adidas, sponzor věnuje dary do tomboly na našich akcích, nejen na těchto akcích, ale také v provozu máme prodejní místo oblečení a obuvi na aerobik Adidas.

Hipp kojenecká výživa – naši zákazníci mají slevu na zboží, sponzor věnuje dary při akcích pro děti, v provozu máme prodejní místo dětské výživy Hipp.

Hračky Sparkys – zákazníci mají slevu v prodejnách, sponzor věnuje dary při akcích pro děti.

Reklama

Reklamní bannery mám umístěny na těchto stránkách: www.primat.cz, www.babyweb.cz, www.spoluzaci.cz, www.babyonline.cz.

Plakáty jsme nechali vyvěsit v budově VŠB-TU Ostrava a jejích kolejí, v budově Ostravské univerzity, na VŠ Podnikání, v mateřských školách a u dětského lékaře.

Dále máme v úmyslu roznést letáky do okolních bytových jednotek.

Spřátelené firmy

Akademie bojových umění Ostrava, ABU Junior Ostrava, Taneční škola Pasion, Asociace plavání kojenců, Yamaha – hudební školička, Baby English, vzdělávací agentura Argent, 4health.

Podpora prodeje

Kontaktovali jsme firmu Family Service a poskytly slevové poukázky na permanentky do reklamních boxů Prenatal a Family rozdávaných na ostravských gynekologiích v porodnicích.

Pro první den otevření máme vyhotoveny reklamní předměty a dárky a je plánováno dávat první týden po otevření slevu na permanentky.

4.2.5 Pracovní síly a klíčové osobnosti

V našem podniku je takováto struktura a odměňování zaměstnanců:

Tabulka 3 Pracovní síly a měsíční mzdové náklady

Měsíční mzdové náklady

Zaměstnanci	Hrubý hodinový výdělek	Počet hodin denně	Počet hodin měsíčně	Měsíční hrubá mzda
Účetní	130,06 Kč	4	84	10 925,04 Kč
recepční 1	91,92 Kč	6	180	16 545,60 Kč
recepční 2	91,92 Kč	6	180	16 545,60 Kč
recepční 3	91,92 Kč	6	180	16 545,60 Kč
uklízečka 1	59,41 Kč	4	120	7 129,20 Kč
uklízečka 2	59,41 Kč	4	120	7 129,20 Kč
uklízečka 3	59,41 Kč	4	84	4 990,44 Kč
Management	150,00 Kč	8	240	36 000,00 Kč
pečovatelka o děti 1	135,46 Kč	4	120	16 255,20 Kč
pečovatelka o děti 2	125,17 Kč	4	120	15 020,40 Kč
pečovatelka o děti 3	135,46 Kč	4	84	11 378,64 Kč
pečovatelka o děti 4	125,17 Kč	4	84	10 514,28 Kč
Celkem pevné měsíční hrubé mzdy				168 979,20 Kč
Zaměstnanec	Hodinový výdělek	Počet hodin práce týdně podle rozpisu	Týdenní mzdy	Měsíční hrubá mzda
instruktorka plavání 1	177,28 Kč	8	1 418,24 Kč	6 280,78 Kč
instruktorka plavání 2	177,28 Kč	8	1 418,24 Kč	6 280,78 Kč
instruktorka cvičení rodičů s dětmi	177,28 Kč	4	709,12 Kč	3 140,39 Kč
instruktoři aerobiku a dalších cvičení	177,28 Kč	127	22 514,56 Kč	99 707,34 Kč
Maséři	122,03 Kč	70	8 542,10 Kč	37 829,30 Kč
Celkem měsíční hrubé mzdy úkolové odměňování				153 238,58 Kč
Celkové hrubé měsíční mzdy všech zaměstnanců				322 217,78 Kč

2 pečovatelky o děti na hlídání jsou vyššího vzdělání, 2 pečovatelky na hlídání nižšího vzdělání, masérů zaměstnáváme 8. Instruktorů aerobiku můžeme zaměstnat 16 na plný

úvazek, ale předpokládáme, že většina instruktorů bude pracovat spíše brigádně na částečný úvazek, případně na živnostenský list.

Některé kurzy jsme se rozhodli poskytovat skrze naše partnery, kteří pro ně mají vypracovanou metodiku a mají v této oblasti tradici. Jedná se o hudební školičku Yamaha pro děti do 1, 5 roku a od 1,5 roku, dále pak Baby English – angličtina pro děti od 2 let. Výuku sebeobrany u dětí do 15 let zajišťuje Akademie Bojových Umění Junior Ostrava a u dospělých její mateřská organizace Akademie Bojových Umění. Mistr této školy vede také kurzy tai-chi a Pilates. Taneční kurzy pořádá taneční škola Pasion.

4.3 Ekonomická část podnikatelského záměru

Pro zhodnocení reálnosti podnikatelského záměru a rizika jsem vyčíslila předpokládaný cash flow, tedy peněžní tok od 1. 6. 2013, tento den jsem stanovila jako datum vzniku společnosti, do 31. 8. 2013, kdy předpokládám začátek provozu podniku (viz příloha 10). Se třemi měsíci jsem tedy počítala pro rekonstrukci budovy, pořízení vybavení a vyřízení potřebných legislativních a úředních záležitostí pro začátek provozu podniku.

Do cash flow jsem zahrnula výdaje vynaložené na koupi budovy a pozemku, rekonstrukci, pořízení vybavení a další výdaje, které je potřeba vynaložit před začátkem provozu (cestovné, právní poradenství, vzdělání pracovníků atd.).

Disponibilními prostředky sestávají z mého vkladu, peněžních prostředků na účtu, v pokladně a z čerpání úvěru, jehož předpokládaný rozpis jsem také vytvořila spolu s výpočtem úroků z úvěru.

Poté jsem sestavila cash flow také pro 1. měsíc po začátku provozu podniku (viz příloha 11), kde se v příjmech již objevují tržby a ve výdajích mzdy, výsledky výpočtů jsou uvedeny v tabulce 3 v kapitole pracovní síly a klíčové osobnosti.

Celkové měsíční hrubé mzdy jsem vypočítala podle údajů z Regionální statistiky ceny práce v Moravskoslezském kraji ve třetím čtvrtletí roku 2009 [39], kde jsou uvedeny průměrné hodinové výdělky podle povolání.

U zaměstnanců, kteří jsou odměňováni úkolovou mzdou, jsem postupovala takto:

Vypočítala jsem množství služeb, které podnik podle rozpisu poskytuje za týden a vynásobila jej průměrným hodinovým výdělkem zaměstnance, který tuto službu poskytuje. Poté jsem částku dělila 7, protože podnik je v provozu 7 dní v týdnu a vynásobila 30 dny. Tímto

způsobem jsem vypočítala měsíční náklady na maséry, cvičitelky aerobiku a dalších cvičení, instruktorky plavání kojenců atd.

U zaměstnanců se mzdou časovou jsem vypočítala, kolik hodin denně musejí být v práci a toto číslo jsem vynásobila počtem dnů v měsíci.

Co se týká výpočtu maximálních tržeb podniku, uvedu tento příklad:

$$\frac{\text{počet hodin aerobiku týdně ve velkém sále} * \text{kapacita sálu} * \text{cena za 1 lekci}}{7} * 30 \text{ dní}$$

Tímto způsobem jsem postupovala u všech služeb. Poté jsem připočítala výnosy z prodeje zboží, pronájmu atd. a vyčíslila tak maximální předpokládané tržby.

Vytvořila jsem také zahajovací rozvahu a předpokládaný roční rozpočet nákladů a výnosů.

5. Shrnutí výsledků šetření, návrhy, připomínky

Po vytvoření podnikatelského záměru jsem přehodnotila některé své plány a názory. Ekonomická analýza ukázala, že v prvním roce podnikání společnost pravděpodobně vykáže ztráty. Přestože jsem při výpočtech použila maximální možné tržby, kterých podnik může dosáhnout.

Z výkazu cash flow vyplynulo, že ztráty bylo dosaženo především z důvodu vysokých splátek úvěru a úroků. Tento úvěr s 12% úrokem pro firmu není únosný. Tato částka se sice bude postupně snižovat, ale to nám při momentální neschopnosti splácet jistě nepomůže. Existuje několik možností, jak se vyhnout takovému riziku.

1. Najít výhodnější zdroj financování.
2. Počkat na výzvu v některém z dotačních programů podporujících náš obor činnosti podle CZ-NACE a obchodní společnosti a zažádat o tuto dotaci.
3. Přehodnotit náš záměr a založit společnost ve formě občanského sdružení a poté zažádat o dotaci v programech, které jsou určeny pro občanská sdružení, kde je možností více.
4. Vytvořit podnik aerobik Rarášek, s. r. o. a k němu přidružený Baby klub Rarášek, občanské sdružení. Pro Baby klub bychom poté mohli získat dotace.

Při vytváření strategie a podnikatelského záměru jsem vycházela z průzkumu trhu. Ten byl proveden skrze vlastní šetření pomocí uzavřených, ale i otevřených otázek v dotazníku položených potenciálním zákazníkům. Vzorek zákazníků byl sice reprezentativní, ale větší počet respondentů by jistě přinesl více námětů a připomínek. Tyto názory by byly určitě inspirativní a významné pro začátek podnikání.

Dalším zdrojem informací pro mě byly statistické údaje, standardy a metodika, vydávané příslušnými ministerstvy a legislativa.

Protože podnik by podle výsledků ekonomické analýzy dosahoval ztráty zvláště díky vysokému úvěru a úročení, je třeba se při dalším šetření soustředit především na nalezení jiných, výhodnějších zdrojů financování.

Užitečná by byla větší informovanost o poměrně složitém systému přidělování dotací.

V budoucnu je třeba se také snažit získat větší množství sponzorů.

6. Závěr

Cílem práce bylo zhodnotit prostředí a možnosti začínajícího podnikatele a s povědomím o těchto faktorech vytvořit reálný podnikatelský záměr.

Při vytváření strategie a podnikatelského záměru jsem vycházela z průzkumu trhu. Ten byl proveden skrze vlastní šetření pomocí otázek v dotazníku položených potenciálním zákazníkům. Dalším zdrojem informací pro mě byly statistické údaje, standardy a metodika, vydávané příslušnými ministerstvy a legislativa.

Vytvoření podnikatelského záměru přispělo k ujasnění a konkretizaci plánů mého podnikání. Jeho výsledkem bylo jejich přehodnocení a také z toho důvodu tento záměr nebude sloužit pro interpretaci mého úmyslu podnikat investorům ani bankám. Záměr přispěl k objevení a zhodnocení rizika a k povědomosti o nutnosti změny.

Seznam použité literatury

- [1] FOTR, J; SOUČEK, Ivan. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
- [2] DURDOVÁ, I. *Základní aspekty marketingu ve sportu*. Ostrava: VŠB - TU Ostrava, 2009. 88 s. ISBN 978-80-248-0827-7.
- [3] GRUBLOVÁ, E a kol. *Podniková ekonomika*. Ostrava: Repronis, 2004, 438 s. ISBN 80-86122-75-1.
- [4] BEJČEK, J; BĚLOHLÁVEK, A; GODICKÝ, P; KERNBACHOVÁ, M; *Základy obchodního práva pro ekonomy*. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2002, 240 s.
- [5] KAŇA, R. *Evropská unie A*. Ostrava: VŠB - TU Ostrava, 2007. 162 s. ISBN 978-80-248-1412-4.
- [6] *Zákon č. 513/1991 Sb., Obchodní zákoník* [online]. c1998-2010 [cit. 2010-03-05]. Dostupné na WWW: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/>>.
- [7] *Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání* [online]. c1998-2010 [cit. 2010-03-06]. Dostupné na WWW: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcanzak/>>.
- [8] *Nářízení vlády č. 278/2008 Sb., kterým se stanoví obsahové náplně jednotlivých živností, v platném znění* [online]. c1998-2010 [cit. 2010-03-10]. Dostupné na WWW: <http://business.center.cz/business/pravo/zivnost/vazane_zivnosti_obsah.aspx>.
- [9] *Nářízení vlády č. 278/2008 Sb., kterým se stanoví obsahové náplně jednotlivých živností, v platném znění* [online]. c1998-2010 [cit. 2010-04-16]. Dostupné z WWW: <http://business.center.cz/business/pravo/zivnost/volne_zivnosti_obsah.aspx>.
- [10] *Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů* [online]. c1998-2010 [cit. 2010-05-06]. Dostupné na WWW: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/dprij/>>.
- [11] *Výhody společnosti s. r. o. oproti OSVČ* [online]. [cit. 2010-05-05]. Dostupné na WWW: <<http://www.e-sro.cz/vyhody-spolecnosti-sro.htm>>.
- [12] *Zdravotnická ročenka Moravskoslezského kraje 2008*. [online] [cit. 2010-05-05]. Dostupné na WWW: <http://www.uzis.cz/news.php?mnu_id=1100>.
- [13] Rasmus H. Olsen; Rikke Krogh-Madsen; Carsten Thomsen; Frank W. Booth; Bente K. Pedersen *Metabolic Responses to Reduced Daily Steps in Healthy Nonexercising Men*. Journal of the American Medical Association [online]. 2008, vol. 299, no. 11, March

- 19, [cit. 2010-02-12]. Dostupné na WWW: <<http://jama.ama-assn.org/cgi/content/full/299/11/1261-a>>. ISSN 1261-1263.
- [14] Frank W. Booth, Manu V. Chakravarthy, Scott E. Gordon, Espen E. Spangenburg *Waging war on physical inactivity: using modern molecular ammunition against an ancient enemy*. Journal of the American Medical Association [online]. 2002, vol 93, no. 1, July 30, [cit. 2010-02-12]. Dostupné na WWW: <<http://jap.physiology.org/cgi/content/full/93/1/3?ijkey=7a6c03e15f80d043724e2e5fa1810fc8809e46af>>.
- [15] Manu V. Chakravarthy, MD, PhD, Michael J. Joyner, MD and Frank W. Booth, PhD *An Obligation for Primary Care Physicians to Prescribe Physical Activity to Sedentary Patients to Reduce the Risk of Chronic Health*. Journal of the American Medical Association [online]. 2002, vol. 77, no. 2 165-173, February, [cit. 2010-02-12]. Dostupné na WWW: <<http://www.mayoclinicproceedings.com/content/77/2/165.full.pdf+html>>.
- [16] Komise EU. *Bílá kniha o sportu* [online]. 11. 7. 2007 [cit.2010-12-8]. Dostupné na WWW: < http://ec.europa.eu/ceskarepublika/doc/ks3_bila_kniha.pdf>
- [17] *Programy na podporu alternativního životního stylu* [online]. Prosinec 2005 [cit. 2010-02-12]. Dostupné na WWW: <http://www.stemmark.cz/download/prezentace_alternativni_zivotni_styl.pdf>
- [18] *Jak české rodiny tráví víkendy* [online]. 22. 5. 2007 [cit.2010-12-10]. Dostupné na WWW: < http://www.stemmark.cz/download/press_release_vikendy.pdf >
- [19] *Bílá kniha EU* [online]. [cit. 2010-01-03]. Dostupné na WWW: <<http://slovník.ekopolitika.cz/b.shtml#bila-kniha-eu>>
- [20] VÍT, M. *WHO, Evropská unie a Česká republika v boji proti obezitě* [online]. 22.4.2006 [cit. 2010-01-03]. Dostupné na WWW: < http://www.stemmark.cz/download/press_release_obezita_Vit.pdf >.
- [21] *Zdraví pro všechny v 21. Století* [online]. 3. 12. 2002 [cit. 2010-01-10]. Dostupné na WWW:<http://www.mzcr.cz/dokumenty/zdravi-pro-vsechny-v-stoleti_2461_1101_5.html>.
- [22] VÍT, M. *Metodika pro žadatele o poskytnutí státní dotace na realizaci projektu podpory zdraví pro rok 2010*. Praha: Ministerstvo zdravotnictví ČR, 2009.12 s. Dostupné na

- WWW:<http://www.mzcr.cz/dokumenty/dotacni-program-mz-cr-narodni-program-zdravi-projekty-podpory-zdravi-vyhlaseni-dotacniho-vyberoveho-rizeni-pro-rok_2807_1088_5.html>.
- [23] *Průručka pravidel společenství pro poskytování státní podpory malým a středním podnikům* [online]. 25. 2. 2009 [cit. 2010-01-14]. Dostupné na WWW: <http://ec.europa.eu/competition/state_aid/studies_reports/sme_handbook_cs.pdf>.
- [24] *Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2008*. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, květen 2009. 41 s. Dostupné na WWW:<<http://www.mpo.cz/dokument61124.html>>.
- [25] *Národní program rozvoje sportu pro všechny v České republice*. Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, 2000. 10 s. Dostupné na WWW: <<http://www.cstvopava.cz/oscstv-zakony-a-dokumenty>>.
- [26] *Koncepce státní podpory sportu v České republice*. Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, 2009. 33 s. Dostupné na WWW:<http://www.msmt.cz/uploads/soubory/Tiskovy_odborkoncepte_statni_podpory_sportu_v_CR.pdf>.
- [27] *Podpora regionů* [online]. c2010 [cit. 2010-03-05]. Dostupné na WWW: <<http://www.nadacecez.cz/cs/projekty/podpora-regionu.html>>.
- [28] *Abeceda fondů Evropské unie*. Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007, 28 s. Dostupné na <WWW:http://ec.europa.eu/regional_policy/country/commu/docoutils/abeceda_web_final.pdf>
- [29] *Regionální operační program regionu soudržnosti Moravskoslezsko 2007-2013*. Ostrava, 178 s. Dostupný na WWW: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=3429fc23-be35-487a-a339-8788e0a241ac>>
- [30] *Národní strategický referenční rámec ČR 2007-2013*. Ministerstvo pro místní rozvoj, červenec 2007, 137 s. Dostupné na WWW: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=1c9c65e8-9723-4c80-939b-82f9bec4c0f0>>
- [31] *Statistika rodinných účtů* [online]. 10. 1. 2010 [cit. 2010-01-10]. Dostupné na WWW: <http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislotab=ZUR0060UU&&kapitola_id=14>.

- [32] 4health/[online]. c2009 [cit. 2010-04-13]. Dostupné na WWW: <<http://www.4health.cz>>.
- [33] *Statistika rodinných účtů* [online]. 10. 1. 2010 [cit. 2010-01-10]. Dostupné na WWW: <http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislotab=ZUR0040UU&&kapitola_id=14>.
- [34] SOVOVÁ, E. *Začínající podnikatelé mají větší šanci získat úvěr* [online]. 24. 1. 2008 [cit. 2010-04-13]. Dostupné na WWW: <<http://www.penize.cz/41267-zacinajici-podnikatele-maji-vice-sanci-ziskat-uver>>.
- [35] *T-bow* [online]. c2009 [cit. 2010-04-13]. Dostupné na WWW: <<http://www.4health.cz/t-bow/t-bow.html>>.
- [36] *Bosu* [online]. c2009 [cit. 2010-04-13]. Dostupné na WWW: <http://www.weve-reha.cz/produkt.php?id_produkt=24&kod=202735>
- [37] *K2hiking* [online]. c2009 [cit. 2010-04-13]. Dostupné na WWW: <<http://www.k2hiking.com/>>.
- [38] *SmartFit* [online]. c2009 [cit. 2010-04-13]. Dostupné na WWW: <<http://www.smart-fit.cz/>>.
- [39] *Regionální statistika ceny práce 3. čtvrtletí 2009*. Ministerstvo práce a sociálních věcí, 10. 12. 2009. 60 s. Dostupné na WWW:< <http://portal.mpsv.cz/sz/stat/vydelky/mos>>.
- [40] *Vymezení drobného, malého a středního podnikatele a postupů pro zařazování podnikatelů do jednotlivých kategorií* [online]. 1. 5. 2009 [cit. 2010-05-13]. Dostupné na WWW: <<http://www.businessinfo.cz/files/dokumenty/Definice-MSP-010509.pdf>>.
- [41] *Mateřská škola, Slezská Ostrava* [online]. c2009 [cit. 2010-05-13]. Dostupné na WWW: <http://www.mapy.cz/#mm=ZTtTcP@sa=s@st=s@ssq=mate%C5%99sk%C3%A1%20%C5%A1kola%2C%20Slezsk%C3%A1%20Ostrava@sss=1@ssp=123051116_126086860_147528812_147402444@x=142013440@y=135049216@z=10>.
- [42] *Mateřská škola, Rychvald* [online]. c2009 [cit. 2010-05-13]. Dostupné na WWW: <http://www.mapy.cz/#mm=ZTtTcP@sa=s@st=s@ssq=mate%C5%99sk%C3%A1%20%C5%A1kola%2C%20Rychvald@sss=1@ssp=141634560_134765568_142392320_135428096@x=142166971@y=135323787@z=11>.

- [40] JANEČKOVÁ, L; VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 179s. ISBN 80-7169-955-0
- [41] LEDNICKÝ, V. *Základy managementu*. 1. vyd. Ostrava. Ostrava: Akademie Jana Amose Komenského, 2000. 165 s. ISBN 80-7048-017-3.
- [42] SVOBODA, V. *Public relations moderně a účinně*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 240 s. ISBN 80-2470564-8.

Seznam zkratek

OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
WHO	Světová zdravotnická organizace
VŠB-TU	Vysoká škola Báňská – Technická univerzita
OPPI	Operační program podnikání a inovace

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne

.....

jméno a příjmení studenta

Adresa trvalého pobytu studenta:

Hlavní třída 840/62

Ostrava-Poruba

708 00

Seznam příloh

- Příloha 1 Ohlášení živnosti
- Příloha 2 Odborná způsobilost živností vázaných [34]
- Příloha 3 Výdaje rodin za rekreační a kulturní služby podle postavení osoby v čele domácnosti [33]
- Příloha 4 Výdaje rodina za rekreační a kulturní služby podle počtu dětí [31]
- Příloha 5 Přehled úvěrů [34]
- Příloha 6 Dotazník
- Příloha 7 Rozpis služeb
- Příloha 8 Ceník služeb
- Příloha 9 Mapa s označením sídla podniku a blízkých mateřských škol [41]
- Příloha 10 Příjmy a výdaje v období od 1. 6. do 31. 8. 2013
- Příloha 11 Příjmy a výdaje v období od 1. 9. do 30. 9. 2013
- Příloha 12 Zahajovací rozvaha k 1. 6. 2013
- Příloha 13 Výpočet maximálních tržeb za poskytované služby
- Příloha 14 Pohyb na úvěrovém účtu
- Příloha 15 Rozpočet ročních nákladů a výnosů

Seznam grafů

Graf 1 Počet narozených dětí v Moravskoslezském kraji v roce 2008 podle věku matky[12].	19
Graf 2 Počet narozených dětí ženám v Moravskooslezském kraji v roce 2008 podle [12].	19
Graf 3 Věková struktura obyvatel Moravskoslezského kraje v roce 2008 [12].....	19
Graf 5 Výdaje rodin za rekreační a kulturní služby na osobu za měsíc podle postavení osoby v čele domácnosti [33]	28
Graf 4 Výdaje rodin za rekreační a kulturní služby na osobu za měsíc podle počtu dětí v domácnosti [31].....	28
Graf 6 Rozdělení respondentů podle zapojení do pracovního procesu	36
Graf 7 Rozdělení respondentů podle rodičovství	36
Graf 8 Rozdělení zákazníků podle cílových segmentů	36

Seznam tabulek

Tabulka 1 SWOT analýza – analýza silných a slabých stránek	31
Tabulka 2 Opatření k minimalizaci hrozeb a odstranění slabých stránek	35
Tabulka 3 Pracovní síly a měsíční mzdové náklady	50

Seznam obrázků

Obrázek 1 Místnost pro lekci K2HIKING Indoor Walking [37]	30
Obrázek 2 Pomůcka T-bow [35]	30
Obrázek 3 Pomůcka bosu [36]	30
Obrázek 4 Místnost pro lekci SmartFit kruhový trénink [38]	30
Obrázek 5 Rozdělení skupiny matek s dětmi podle věku jejich dětí	37
Obrázek 6 Faktory působící na zákazníka při výběru sportovního zařízení (marketingový mix) a Hodnotový řetězec služby	39